

# KESTÄVÄN MATKAILUN SERTIFIKAATIN VALINTA

Sertifiointin vaikutus asiakaskokemukseen

Ekonoja Susanna  
Hyötylä Mira  
Seppänen Jouni  
Vierimaa Jonna

Opinnäytetyö  
Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2020

Restonomikoulutus  
Restonomi amk

---

<b>Tekijät</b>	Susanna Ekonoja, Mira Hyötylä, Jouni Seppänen, Jonna Vierimaa	2020
<b>Ohjaajat</b>	Mervi Angeria, Marja Lempiäinen	
<b>Toimeksiantaja</b>	Visit Rovaniemi	
<b>Työn nimi</b>	Kestävän matkailun sertifikaatin valinta. Sertifioinnin vaikutus asiakaskokemukseen	
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>	72 + 60	

---

Opinnäytetyön tehtävänä oli koota ekosertifikaattien infopaketti Sustainable Travel Finland -ohjelmaan suorittaville yrityksille. Työssä selvitettiin myös sertifioitujen yritysten vastuullisuusviestinnän näkyvyyttä. Työn aihepiireinä olivat siis kestävä ja vastuullinen matkailu sekä vastuullisuusviestintä. Näistä aiheista sekä ekosertifikaateista kerättiin tietoperustaa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Visit Rovaniemi, joka koordinoi Rovaniemen alueen matkailumarkkinointia sekä vastaa kestävä matkailun kehittämisestä.

Opinnäytetyössä tehtiin dokumenttianalyysi STF-ohjelman e-oppaalle ja online-alustalle. Lisäksi tehtiin kysely STF-ohjelman suorittaneille yrityksille infopakettin luomisen tueksi. Kyselyn tehtävänä oli selvittää STF-ohjelman jo suorittaneiden kokemuksia sertifikaattien valinnassa. Lisäksi työssä selvitettiin sertifioitujen yritysten vastuullisuuden eteen tehtyjen toimenpiteiden vaikutuksia asiakaskokemukseen verkkosivustojen kautta.

Ekosertifikaattien infopaketissa käsitellään sertifikaattien soveltuvuus toimialoitain, hinnat sekä taloudellinen, ekologinen, sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys. Infopakettin tavoitteena on kannustaa ja helpottaa yrityksiä valitsemaan vastuullinen sertifikaatti.

Vastuullisuusviestinnän näkökulmasta laadittiin analyysiraportti. Tämän raportin rajaus oli toimialakohtainen, kun taas STF-ohjelman kohdalla toimittiin sertifikaattien mukaisella rajauksella. Raportin johtopäätöksissä painotetaan jatkokehittämismahdollisuuksia koko alaa ajatellen.

Tuotoksena opinnäytetyössä on siis tarpeelliseksi todettu sähköinen infopaketti sertifikaattien valintaan sekä raportti. Toimintaympäristönä toimivat Visit Rovaniemi ja matkailuala yleisesti. Työ palvelee toimeksiantajan lisäksi muita matkailualan yrityksiä.

<b>Avainsanat</b>	vastuullisuus, kestävä kehitys, kestävä matkailu, sertifikaatit, asiakaskokemus
<b>Muita tietoja</b>	Työhön liittyy infopaketti ja raporttiliite

Degree Programme in Tourism  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Authors</b>	Susanna Ekonoja, Mira Hyötylä, Jouni Seppänen, Jonna Vierimaa	2020
<b>Supervisors</b>	Mervi Angeria, Marja Lempiäinen	
<b>Commissioned by</b>	Visit Rovaniemi	
<b>Subject of thesis</b>	Selection of sustainable tourism certificate. Impact of Certification on Customer Experience	
<b>Number of pages</b>	72 + 60	

---

The purpose of the thesis project was to produce an information manual of certificates under the Sustainable Travel Finland programme. Additionally, the visibility of sustainability communication of certified companies was investigated. Therefore, sustainable and responsible tourism and sustainability communication were chosen as the topics for this thesis.

The thesis was commissioned by Visit Rovaniemi, which is the local tourist board of the Rovaniemi region and responsible for the development of sustainable tourism in the Rovaniemi area.

The e-guide and online platform included in the Sustainable Travel Finland programme were analysed by using document analysis. Other methods used in this study for data collection were interviews and websites.

The information manual introduces the industry-specific applicability, price, as well as the economical and sociocultural sustainability of each certificate. Additionally, the manual aims at encouraging and facilitating the selection of certificates for companies.

From the point of view of sustainability communication, an analysis report was prepared. The delimitation of this report was industry-specific, while for the STF programme, the delimitation was made according to the certificates. The report's conclusions emphasize the scope for further development of the whole sector.

As result, the thesis offers an information manual of certificates and a report of sustainability communication. The findings can be utilized as part of Visit Rovaniemi's efforts towards sustainability and to improve sustainability communications.

<b>Key words</b>	responsibility, sustainable development, sustainable tourism, certificates, customer experience	
<b>Special remarks</b>	The thesis includes an information manual and a report	

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	8
2	OPINNÄYTETYÖN TAUSTAT .....	10
2.1	Tarve.....	10
2.2	Visit Rovaniemi .....	10
2.3	Sustainable Travel Finland -ohjelma.....	13
3	KESTÄVÄ KEHITYS JA VASTUULLISUUS .....	17
3.1	Kestävä matkailu .....	17
3.2	Vastuullisuus matkailussa.....	19
4	EKOSERTIFIKAATIT OSANA STF-OHJELMAA .....	22
4.1	Ohjelman viides askel.....	22
4.2	Ohjelmaan hyväksyttävät sertifikaatit.....	24
4.3	Ohjelmaan hyväksyttäviä vastuullisuuden ohjelmia ja järjestelmiä .....	40
4.4	Muita ohjelmia ja järjestelmiä.....	40
4.5	Ekosertifikaattien rooli matkailussa ja vastuullisuusviestintä.....	42
5	EKOSERTIFIKAATTIEN INFOPAKETTI .....	46
5.1	Menetelmät ja tiedonkeruu.....	46
5.1.1	Dokumenttianalyysi .....	46
5.1.2	Haastattelut ja kysely .....	48
5.2	Toteutus ja vaiheet .....	51
5.2.1	Toimeksiantajan haastattelut.....	51
5.2.2	Tarkastelussa e-opas, onlinealusta ja www-sivut.....	52
5.2.3	Kyselyn toteutus sertifiointin valinnasta.....	54
5.2.4	Infopakettien toteutus.....	56
5.3	Tulokset ja tuotos.....	59
5.3.1	Dokumenttianalyysin tulokset.....	59
5.3.2	Tulokset sertifiointin valinnasta -kyselystä.....	62
5.3.3	Ekosertifikaattien infopaketti -tuotos.....	63
6	EKOSERTIFIKAATTIEN VAIKUTUS ASIAKASKOKEMUKSEEN .....	66
6.1	Palvelumuotoilu .....	66
6.2	Opinnäytetyön tehtävän laajentaminen asiakaskokemukseen.....	68
6.3	Ekosertifikaattien vaikutus asiakaskokemukseen -raportti.....	69

7 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	71
7.1 Luotettavuus .....	71
7.2 Tulokset ja tuotokset .....	72
8 POHDINTA .....	75
LÄHTEET .....	80
LIITTEET .....	86

## KUVIOT, TAULUKOT JA KUVAT

Kuvio 1. STF-ohjelman seitsemän askelta .....	14
Kuvio 2. Dokumenttianalyysin prosessin kulku.....	47
Kuvio 3. Ekosertifikaatin valintaan vaikuttavat materiaalit .....	52
Kuvio 4. Ekosertifikaattien infopakettin prosessi .....	56
Kuvio 5. Analyysin tuloksien hyödyntäminen.....	61
Kuvio 6. Koettu apu e-oppaasta sertifikaatin valinnassa pylväskuviona .....	62
Taulukko 1. Biosphere-sertifikaatin tiedot .....	24
Taulukko 2. ECEAT-sertifikaatin tiedot.....	25
Taulukko 3. Ekokompassi -sertifikaatin tiedot .....	26
Taulukko 4. EMAS-sertifikaatin tiedot .....	27
Taulukko 5. EU-kukka-sertifikaatin tiedot .....	28
Taulukko 6. Forum Andersen Reisen-sertifikaatin tiedot .....	29
Taulukko 7. GEO-sertifikaatin tiedot .....	30
Taulukko 8. Green Globe -sertifikaatin tiedot .....	31
Taulukko 9. Green Key -sertifikaatin tiedot.....	32
Taulukko 10. Green Activities -sertifikaatin tiedot.....	32
Taulukko 11. HI-Q&S sertifikaatin tiedot .....	33
Taulukko 12. ISO 14001 -sertifikaatin tiedot.....	34
Taulukko 13. Joutsenmerkki-sertifikaatin tiedot.....	35
Taulukko 14. Roope-satamaohjelman tiedot.....	36
Taulukko 15. Travel for Accommodation-sertifikaatin tiedot .....	37
Taulukko 16. Travelife for Tour Operator-sertifikaatin tiedot.....	37
Taulukko 17. TourCert-sertifikaatin tiedot .....	38
Taulukko 18. WWF Green Office-sertifikaatin tiedot.....	39
Kuva 1. Visit Rovaniemen logo .....	11
Kuva 2. Business Finlandin logo .....	12
Kuva 3. Visit Finlandin logo.....	12
Kuva 4. STF-ohjelman logo .....	13
Kuva 5. Tarkastellun www-sivun alkunäkymä .....	54
Kuva 6. Hahmotelma taulukoinnista ja sisällytettävistä tiedoista .....	57
Kuva 7. Infopakettin sisällysluettelo .....	57
Kuva 8. Infopakettin sisällön esittäminen .....	58
Kuva 9. Infopakettin kansilehti .....	64

## ALKUSANAT

Kiitos Visit Rovaniemelle kiehtovasta haasteesta! Kaikkien opinnäytetyöryhmän jäsenten tietämys vastuullisesta matkailusta kasvoi valtavasti työn aikana. Kiitos myös Visit Finlandille opinnäytetyön kannalta merkittävän aineiston hyödyntämismahdollisuudesta.

## 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä keskitytään kestävään ja vastuulliseen matkailuun. Erilaiset keskustelut ja uutiset liittyen kestävään kehitykseen sekä vastuullisuuteen ovat lähes jokaviikkoinen teema ja niiden tärkeys tunnistetaan nykyisin laajasti. Ilmastonmuutos on yksi tämän ajan haastavimpia riskejä. Siksi aihepiiri on ajan-kohtainen, kiinnostava ja yhteiskunnallisesti merkittävä.

Ilmastonmuutoksen hillitseminen edellyttää johtamista aluetasosta lähtien. Visit Finland on kehittänyt kestävä matkailun edistämiseksi seitsemän askeleen Sustainable Travel Finland -ohjelman (jäljempänä STF), joka on suunnattu matkailualan yrityksille ja matkailualueille. Kestävällä ja vastuullisella matkailulla tuodaan Suomen matkailutoimintaan varmuutta, sillä useat matkailutuotteet ovat säätekijöistä riippuvaisia ja täten alttiimpia ilmastonmuutoksen vaikutuksille.

Opinnäytetyön toimeksiantaja Visit Rovaniemi on lähtenyt alueellisena matkailutoimijana suorittamaan STF-ohjelmaa. Ensisijaisesti opinnäytetyössä korostuu toimeksiantajan Visit Rovaniemen vaikutusalue sekä taustarajoituksena Visit Finlandin lanseeraama STF-ohjelma ja siihen sisältyvät ekosertifikaatit askeleessa viisi. STF-ohjelmaan mukaan lähtevä yritys sitoutuu kestävä ja vastuullisen toiminnan kehittämiseen ja osana ohjelmaa suorittaa jonkin siihen hyväksytyt sertifioinnin, mikäli kyseisellä toimijalla ei sellaista vielä ole. Ohjelman askeleet käydään todentamassa STF-ohjelman onlinealustalla ja sen lisäksi suorittavilla yrityksillä on käytössä Visit Finlandin laatima e-opas apuna askelten suorittamisessa.

Nykypäivänä matkanjärjestäjät vaativat yhteistyökumppaneiltaan osoitusta vastuullisuudesta yritystoiminnassa. Ekosertifiointi on yksi keino osoittaa vastuullisia toimia. Opinnäytetyön perustana onkin toimeksiantajan esittämä tilanne, jossa joillakin STF-ohjelmassa mukana olevilla yrityksillä on ollut selviä haasteita valita yritykselle soveltuva sertifikaatti viidennessä askeleessa. Tämä toimii sytykkeenä ensimmäiseen tutkimushypoteesiin: ekosertifikaatteja on useita ja niiden valinta sen suhteen koetaan vaikeaksi. Tutkimukset väittävät vastuullisten yritysten



asiakastytyvyyden ja koetun laadun korkeammiksi, joten aihe on tärkeä matkailualla. Näin ollen syntyy ajatus toiseen tutkimushypoteesiin: Sertifiointi vaikuttaa asiakastytyvyyteen ja laatukokemukseen positiivisesti.

Tutkimushypoteesit muodostavat opinnäytetyölle kaksi tehtävää:

- Ekosertifikaattien valinnan helpottaminen
- Vastuullisten toimenpiteiden näkyvyys asiakaskokemuksessa

Ekosertifikaattien valintaa helpottamaan laaditaan toimeksiantajalle infopaketti, joka voidaan jakaa ohjelmaa suorittavalle yritykselle. Opinnäytetyössä tutkitaan STF-ohjelman e-opasta sekä onlinealustaa dokumenttianalyysillä, jonka tavoitteena on selvittää, tarjoavatko ne riittävästi apuja sertifiointin valintaan. Tämän lisäksi ohjelman suorittaneille ja suorittaville yrityksille tehdään kysely selvittämään mahdollisia haasteista sertifiointivaiheessa. Kyselyistä saatujen vastaus-ten ja e-oppaan dokumenttianalyysin perusteella laaditaan sertifikaatteja ja sen valintaa selkeyttävä infopaketti, jonka toimeksiantaja voi jakaa STF-ohjelmaa suorittaville yrityksille alueellaan. Infopakettia voi hyödyntää myös sertifiointia harkitsevat yritykset ja matkailijat, jotka haluavat tietää sertifikaattien perusteista. Lisäksi Visit Finland halutessaan voi hyödyntää infopakettia e-oppaassaan.

Vastuullisten toimenpiteiden näkyvyyttä asiakaskokemukseen arvioidaan analysoimalla yrityksen asiakasarvosteluita ja -palautteita. Näitä tarkastellaan yleisimmillä varaus- ja arviointisivustoilla. Matkaajien tiedetään tunnistavan sertifikaatteja, mutta niiden taustalla olevia kriteerejä ei tunneta. Tuodakseen lisäarvoa asiakkaalle tiedot sertifikaattien taustalla tulee ymmärtää, pitää tärkeänä ja luotettavana. Vastuullisuusviestintä on yksi keino lisätä matkailijoiden tietoutta. Tämän vuoksi vastuullisten toimenpiteiden näkyvyyttä analysoitaessa otetaan huomioon vastuullisuusviestinnän rooli etenkin palautteiden käsittelyssä. Näin saadaan tuotua esiin, millä tasolla yrityksissä vastuullisuudesta puhutaan. Tuloksista koostetaan raportti, jonka hyödynnettävyys koskee koko matkailutoimialaa.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTAT

### 2.1 Tarve

Toimeksianto opinnäytetyölle tuli työelämälähtöisesti suoraan toimeksiantajan, Visit Rovaniemen edustajalta. Opinnäytetyössä tehdylle infopakettille oli toimeksiantajan edustajan mukaan selvä tarve. Tämä oli käynyt ilmi aikaisempien suoritettavien yritysten ohjauksessa. Edustajan mukaan tarve oli sähköisesti jaettavalle materiaalille, joka auttaisi yrityksiä helpommin valitsemaan suoritettavan sertifikaatin. Opinnäytetyössä tarkennettiin tätä tarvetta kyselytutkimuksella suoritettaville yrityksille. Dokumenttianalyysissä opinnäytetyön tekijät totesivat tarpeen myös todelliseksi. Lisäksi toimeksianto kertoo tarpeesta vastuullisille toimenpiteille kestävän matkailun kasvaessa.

Opinnäytetyö infopakettina osalta on hyödyllinen toimeksiantajalle sekä suorittaville yrityksille STF-ohjelmaa suorittaessa. Lisäksi toimeksiannon täyttyessä erinomaisesti, voisi materiaalia hyödyntää myös e-oppaassa selkeyttävänä tekijänä. Tällöin hyödyllisyys näkyisi myös isommille organisaatioille, Visit Finlandille sekä Business Finlandille. Hyötyä saavat myös yksittäiset henkilöt, esimerkiksi matkailijat, jotka etsivät sertifikaateista tietoa.

Laajennettu toimeksianto, joka sisältää myös vastuullisuusviestinnän näkyvyyttä koskevaa tutkimusta saattaa olla matkailun tulevaisuuden suhteen koko alan kannalta merkittävä. Tämä hyötypotentiali tuli pitää mielessä sekä menetelmiä valitessa että analyysiä muotoillessa. Tavoitteena oli myös luoda tällä tutkimuksella lisäarvoa alkuperäiselle toimeksiannolle.

### 2.2 Visit Rovaniemi

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Visit Rovaniemi (Kuva 1), joka toimii Rovaniemen alueen matkailun markkinointiorganisaationa. Yhtiö aloitti toimintansa vuonna 2007 tehtäväänään koordinoita Rovaniemen alueen matkailumarkkinointia. Visit Rovaniemen toimenkuvaan kuuluu alueen matkailun yhteismarkkinointi, imagomarkkinointi, media- ja PR-palvelut sekä matkailuneuvontaa ja kokous-

markkinointia. Yhtiö tekee aktiivista markkinointiyhteistyötä alueen matkailuyritystoimijoiden kanssa. Visit Rovaniemi markkinoi aktiivisesti Rovaniemeä kotimaassa ja kansainvälisesti sekä auttaa järjestämään erilaisia kokous- ja kongressitapahtumia kaupungissa. (Visit Rovaniemi 2020.)



Kuva 1. Visit Rovaniemen logo

Yhtiöllä on tasaisesti kasvava paikallinen yritysverkosto ja jäsenyritysten määrä käsittää jo nyt yli 200 osakasta. Jäsenyritykset omistavat yhtiöstä 49 % ja Rovaniemen kaupunki 51 %, jota hallinnoi Rovaniemen Kehitys Oy. Markkinointiyhteistyö käsittää markkinoinnin lisäksi muun muassa alueen yritysten palveluiden myyntiä. (Visit Rovaniemi 2020.)

Visit Finland on osa Business Finlandia (Kuva 2). Visit Finland yhdessä matkailutoimialan kanssa vastaavat ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämistä. Missiona on auttaa kansainvälisen liiketoiminnan kasvattamisessa matkailuyrityksiä ja -alueita. Tavoitteena on olla Pohjoismaiden houkuttelevin matkailumaa 2025 mennessä. Ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun edistämässä Visit Finland pyrkii kiihdyttämään kasvua vastaamalla sen tuomiin haasteisiin, kehittämällä uutta tuotetarjontaa sesongin pidentämiseksi ja avaamalla uusia markkinoita sekä jakelukanavia. (Business Finland 2020a.)



Kuva 2. Business Finlandin logo

Päätehtävänä Visit Finlandilla on kehittää markkinoinnin avulla Suomea matkailubrändinä maailmalla. Visit Finland (Kuva 3) kerää ja analysoi markkinatietoa tuoden jatkuvasti uutta tietoa eri markkinoilta, joissa kohderyhmien ja trendien tunteminen ovat oleellisia markkinointitoimenpiteitä ja matkailutuotteita suunniteltaessa. Yhteistyö eri tahojen välillä on olennaista Visit Finlandin työssä. Yhteistyön avulla kerätään ja analysoidaan tietoa. (Business Finland 2020a.)



Kuva 3. Visit Finlandin logo

Visit Finland tukee yritysten kansainvälistymistä valmistelemalla, koordinoimalla ja toteuttamalla erilaisia teemahankkeita. Hankkeet pohjautuvat valtakunnalliseen matkailustrategiaan. Tavoitteena on aktiivinen yhteistyö matkailupalveluiden tuottajien ja myyjien välillä, mikä edistää myös verkostoitumista. Kotimaassa painopiste onkin nimenomaan alueellisen ja teemallisen yhteistyön rakentamisessa ja toimivien yritysverkkojen muodostamisessa. (Business Finland 2020a.)

### 2.3 Sustainable Travel Finland -ohjelma

STF-ohjelma on kehitetty matkailualan yrityksille ja matkailualueille. Ohjelman on kehittänyt Visit Finland ja sen tarkoituksena on tarjota yrityksille ja alueille konkreettinen kestävä matkailun työkalupakki ja näin edistää kestävä matkailua. Ideana on auttaa kestävien valintojen ja toimenpiteiden omaksumista. Merkki itsessään on maksuton. Merkin mukana saa jatkuvan kehittämisen mallin, kestävä kehityksen päivitettyä tietoa, markkinointitukea sekä lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa. (Business Finland 2020b.)



Kuva 4. STF-ohjelman logo

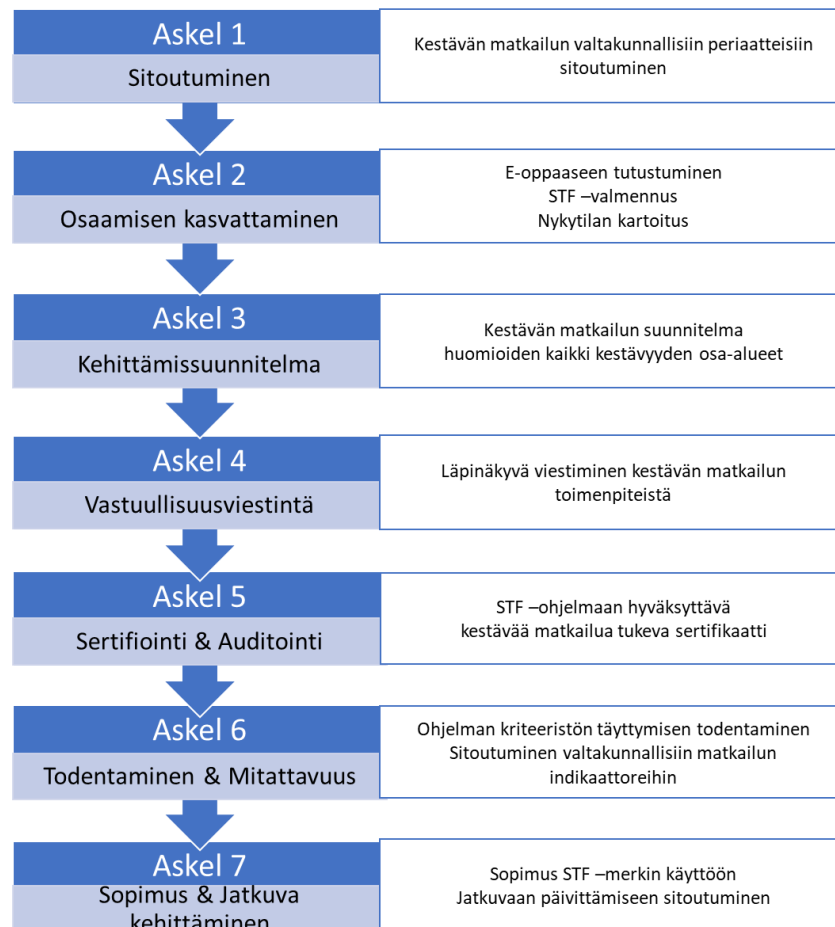
Toimeksianto perustuu STF-ohjelmaan (Kuva 4), johon Visit Rovaniemi osallistuu. Ilmastonmuutoksen hillitseminen edellyttää johtamista myös aluetasolla, jossa ohjelman vaikutukset astuvat esiin. Hillitsemisellä tuodaan varmuutta matkailutoimintaan, sillä useat Suomen matkailutuotteista ovat säätekijöistä riippuvaisia ja täten herkimpiä ilmastonmuutokselle. Lisäksi useat tutkimukset ja lähteet osoittavat, että vastuullisesti toimivilla yrityksillä on korkeampi koettu asiakastyytyväisyys ja laatutaso, joten aihe on hyödyllinen sekä tärkeä myös matkailualan yrityksille. (Business Finland 2020b; Business Finland 2020c; Jänkälä 2019, 38.)

Matkailun määrää ja toimintaympäristöä on muokannut koko maailman pysäyttänyt koronavirus. Veijola ja Kyyrö (2020, 107) toteavat, että koronaviruksen jälkeinen matkailu luonnollisesti vaatii jatkossa sekä aiemmin tunnistettujen kestävyyskysymysten että globaalin pandemian jälkeisen tilanteen nostamien uusien haasteiden monialaista pohdintaa ja punnintaa. Kriisin jälkeinen matkailu on tärkeää

saada elvytettyä ja kehitystä rakennettua. STF-ohjelman hyöty nousee tässä esille.

STF-ohjelma sisältää seitsemän askeleen kestävä matkailun kehityspolun, jonka suorittanut yritys tai alue saa käyttöönsä STF-merkin (Business Finland 2020b). Tavoitteena on edistää kestävä matkailua sekä merkin avulla viestiä helpommin ja yhtenäisemmin Suomesta kestävä matkailun maana. Tämä helpottaa matkailijoiden valintoja matkustuspäätöksiä tehtäessä. (Business Finland 2020d.)

Kuviossa 1 esitellään STF-ohjelman seitsemän askelta (Kuvio 1). Ensimmäinen askel on sitoutuminen. Yrityksessä sitoudutaan kestävä matkailun valtakunnallisiin periaatteisiin. Tähän kuuluu muun muassa yrityksen profiilin luominen STF-onlinealustalle ja työkalujen käyttöönotto. Työkalut saa käyttöön saman tien e-oppaan muodossa. (Business Finland 2020e.)



Kuvio 1. STF-ohjelman seitsemän askelta (Business Finland 2020b)

Toinen askel on osaamisen kasvattaminen. Tässä STF-polkuosiossa tutustutaan Sustainable Travel Finland -e-oppaaseen ja käydään läpi kaikki ohjelman vaiheet askel askeleelta. Lisäksi kartoitetaan nykytila online-itsearviointin kautta. Itsearvioiti kartuttaa myös kohteille alueellista dataa yritysverkoston nykytilasta ja kehitystarpeista. (Business Finland 2020e.)

Kolmas askel käsittelee kehittämissuunnitelmaa. Yrityksen tehtävänä on laatia kestävän matkailun kehittämissuunnitelma tai päivittää olemassa olevaa suunnitelmaa ulottamaan kaikki kestävän kehityksen ulottuvuudet, jotka ovat määriteltynä kestävän kehityksen osuudessa. Tehtävänä on myös henkilökunnan perehdyttäminen ja sitouttaminen kehityssuunnitelmaan. (Business Finland 2020e.)

Neljäs askel on vastuullisuusviestintä. E-opas tarjoaa vinkkejä ja ehdotuksia vastuullisuusviestintään. Vinkeistä yritys poimii omiin tuotteisiinsa liittyviä argumentteja, joita voi hyödyntää markkinoinnissa ja viestinnässä. Vastuullisuusviestinnän avulla voidaan herättää mielenkiintoa vastuullisiin valintoihin. Vastuullisuusviestinnällä eri matkailualan toimijat tuovat esiin vastuullisuuden eteen tekemiään toimenpiteitään eri kanavien kautta, jolloin saadaan lisättyä kiinnostusta sekä tietämystä tavallisille matkailijoille vastuullisuudesta ja kestävästä matkailusta. (Business Finland 2020e; Pasanen 2020, 100–101, 106, 115.)

Viides askel koskee sertifiointia ja auditointia. Tämän askeleen suorittaminen on opinnäytetyön taustalla. Askeleessa yritys hakee sertifikaattia, ellei kyseessä ole jo kestävän matkailun edelläkävijäyritys. Saadakseen STF-merkin, yrityksellä tulee olla jokin ohjelmaan hyväksyttävä sertifikaatti. Ekosertifikaattien tärkeimpänä kohderyhmänä pidetään matkanjärjestäjiä etenkin Euroopassa, mikä kertoo sertifikaattien tärkeydestä kansainvälisillä markkinoilla. (Visit Finland 2019a; Business Finland 2020e; Pasanen 2020, 117.) Opinnäytetyö keskittyy tämän askeleen helpottamiseen, sillä toimeksiantajan mukaan sertifiointi on tuottanut haasteita joillekin yrityksille.

Kuudes askel on todentaminen ja mitattavuus. Kriteeristön täyttyminen todennetaan ohjelman onlinealustalla. Tässä sitoudutaan valtakunnallisiin kestävän matkailun indikaattoreihin, jotka otetaan käyttöön vuosien 2020–2021 aikana. (Business Finland 2020e.)

Seitsemäs askel on viimeinen askel ja tämä osio koskee sopimusta ja jatkuvaa kehittämistä. Tehdään sopimus liittyen STF-merkin käyttöön ja voimassaoloon. Sitoudutaan säännöllisin väliajoin päivittämään kestävän matkailun osaaminen, itsearviointi, kehittämissuunnitelma ja indikaattorit, jotka STF-merkin uusiminen vaatii. (Business Finland 2020e.)



### 3 KESTÄVÄ KEHITYS JA VASTUULLISUUS

#### 3.1 Kestävä matkailu

Tässä luvussa tarkastellaan kestävää matkailua sekä avataan kestävä kehityksen kolme ulottuvuutta. Matkailututkimuksen lukukirjassa kestävää matkailua kuvataan siten, että se on ekologiset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset näkökohdat huomioon ottavaa matkailukehitystä, joka tyydyttää matkailijoiden, elinkeinon ja paikallisyhteisön tarpeet viemättä kuitenkaan tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa (Tyrväinen, Tolvanen & Tuulentie 2013, 146). Kestävä kehitys jakautuu kolmeen eri osa-alueeseen: sosiokulttuurinen, taloudellinen ja ekologinen kestävyys (Veijola & Kyyrö 2020, 20).

Ekologinen kestävyys tarkoittaa luonnon monimuotoisuuden säilyttämistä, sekä ihmisen taloudellisen ja aineellisen toiminnan sopeuttamista pitkällä aikavälillä luonnon kestokykyyn (Veijola & Kyyrö 2020, 21). Ilmastonmuutoksen hidastaminen on yksi ekologisesti kestävä matkailun tavoitteista. Matkailualan yritykset voivat vaikuttaa ekologiseen kestävyteen tekemällä pitkäkestoisia energiantuotannon ratkaisuja. Matkakohteiden ja -alueiden suunnitteluvaiheessa voidaan käyttää ns. kantokykyluokitusta eli lasketaan, kuinka paljon kulutusta alue kestäää ja kuinka suurelle matkailijajoukolle voidaan rakentaa. Tällöin tarkastellaan esimerkiksi sitä, riittääkö puhdasta vettä, onko jätehuoltoa, miten energia tuotetaan, sopiiko alueen maa rakentamiselle ja häiritäänkö alueen luontoa ja ekosysteemejä. Erittäin tehokas keino rajoittaa kävijämääriä on pitää majoituskapasiteetti kohtuullisena. (Business Finland 2020f, 5.)

Taloudellinen kestävyys puolestaan on sisällöltään ja laadultaan tasapainoista kasvua. Taloutta pyritään kehittämään niin, että kasvu ei johda varantojen häviämiseen. Kestävä talous on edellytys yhteiskunnan keskeisille toiminnoille. Siihen pitkäjänteisesti tähtäävä talouspolitiikka luo otolliset olosuhteet kansallisen hyvinvoinnin vaalimiselle ja lisäämiselle. (Veijola & Kyyrö 2020, 20.) Yritys, joka toimii taloudellisesti kestävällä tavalla ei tee kertakäyttöhankintoja, vaan investoi tuotteisiin ja resursseihin, joiden käyttöikä on pitkä ja joita voi tarvittaessa korjata. Suomen matkailustrategian mukaan taloudellisen kestävyuden kivijalkana on yri-

tysten kannattavuuden parantaminen ja investointikyvyn kohoaminen. Matkailuteollisuudella on hyvin merkittävä rooli suomalaisessa kansantaloudessa ja se on eniten kasvava vientiteollisuuteen rinnastettava työllistäjä. Menestys kuitenkin vaatii tuekseen taloudellista vakautta, koulutusta ja yrittäjyyden tukemista. (Business Finland 2020f, 12.)

Sosiaalisessa ja kulttuurisessa kestävydessä tavoitteena on hyvinvoinnin lisääminen kansallisesti ja maailmanlaajuisesti sukupolvelta toiselle. Jatkuva väestönkasvu, köyhyys, ruoka- ja terveydenhuolto, sukupuolten välinen tasa-arvo sekä koulutuksen järjestäminen ovat maailmanlaajuisia sosiaalisen kestävyden haasteita. Näillä on merkittäviä vaikutuksia ekologiseen ja taloudelliseen kestävyteen. (Veijola & Kyyrö 2020, 20.) Yritykset mittaavat menestystään tulosraporttien ja taloudellisen menestyksen avulla. Menestyäkseen yrityksen on myös ymmärrettävä asiakkaitaan, katsottava tulevaisuuteen, hyödynnettävä olemassa olevaa tutkimustietoa ja tehtävä strategioita myös arvopohjaisesti, sillä arvot vaikuttavat enenevässä määrin matkailijan valintoihin. Ekologiset ja sosiokulttuuriset valinnat eivät kuitenkaan tarkoita huonompaa taloudellista tulosta, vaan johtavat yleensä täysin päinvastaiseen suuntaan. Poon kuvailee uuden ajan matkailua siten, että se on kestävä, ekologisesti ja sosiaalisesti vastuullista matkailua ja se hyödyttää tasavertaisesti sekä matkailijaa että kohdemaata. Tässä kiteytyvät kestävä kehityksen kaikki osa-alueet; taloudellisen, ekologisen ja sosiokulttuurisen kestävyden. Ilman yhtä ei ole toista. (Business Finland 2020f, 34.)

Kestävyden ohella matkailutoimijat ovat viime aikoina alkaneet puhua myös paljon vastuullisuudesta ja vastuullisesta matkailusta (responsible tourism). Kestävä matkailun ja vastuullisen matkailun käsitteiden ymmärretään usein viittaavan samaan asiaan julkisessa keskustelussa, vaikka näin ei tarkkaan ottaen ole (Veijola & Kyyrö 2020, 23). Veijola (Veijola & Kyyrö 2020, 23 mukaan) kuvailee vastuullisen matkailun toimintana, jonka tavoitteena on tehdä paikoista parempia asua ja vieraila. Toiminnasta aiheutuvista vaikutuksista on kannettava vastuu. Vastuullinen matkailu tapahtuu siis paikallisten ihmisten ja ympäristöjen ehdoilla. Kaikki matkailu voi olla vastuullista, mutta se, mikä on vastuullista, riippuu aina paikallisista olosuhteista.

Kestävää matkailua puolestaan kuvaillaan tavoitetilana, joka on mahdollisesti saavuttamaton. Kestävää matkailua kohti voidaan kuitenkin pyrkiä vastuullisella matkailutoiminnalla. Kestävä matkailu on tavoitetila ja vastuullinen matkailu on prosessi, jonka kautta siihen on mahdollista päästä. (Veijola & Kyyrö 2020, 23.)

### 3.2 Vastuullisuus matkailussa

Matkailu vaikuttavana ja merkittävänä nykypäivän ilmiönä aiheuttaa alan toimijoille sekä sidosryhmille vastuun aikaansaannoksistaan ja seurauksistaan. Puhutaan vastuullisesta matkailutoiminnasta, jossa otetaan vastuuta toiminnoistaan ja niiden seurauksista minimoimalla matkailun aiheuttamia haittoja ja maksimoiden hyödyt matkailuyrittäjille, paikalliselle yhteisölle sekä eri sidosryhmille. Suomen puhdas luonto ainutlaatuisena toimintaympäristönä luo merkittävän kilpailuvaltin, mutta tuo samalla vastuun ja velvollisuuden sen suojeluun ja säilyttämiseen. (Pasanen 2020, 100–101; Jänkälä 2019, 38–39; García-Rosell 2017, 229, 231; Veijola, Ilola & Edelheim 2013, 21.)

Vastuullisella matkailulla tavoitellaan parempia asuin- ja vierailupaikkoja, joka tapahtuu paikallisten ihmisten ja luonnon ehdoilla. Ovathan matkailijat kuitenkin vierailijoita toisten ihmisten kotiympäristössä, joten toista ihmistä ja hänen ympäristöään on kunnioitettava. Vastuulliseen matkailuun ei ole rajoitteita, sillä kaikki matkailu voi olla vastuullista ja siihen on pyrittävä. Luonnollisesti kohde määrittelee sitä, mikä on vastuullista, koska kulttuurit ja paikat ovat hyvin erilaisia. Matkailu on vastuullista, kun se huomioi kaikki yhteiskunnallisen toiminnan osa-alueet: sosiaalisen, kulttuurisen, taloudellisen, ekologisen ja poliittisen. Vastuullinen matkailu huomio etenkin luonnon ja paikallisen kulttuurin erityispiirteitä ottaen huomioon myös tulevaisuuden. (Jänkälä 2019, 38; García-Rosell 2017, 231; Veijola ym. 2013, 21.)

Jotta kestävyys ja vastuullisuus huomioi matkailutoimintaan osallistuvien eri toimijoiden vastuullisuuden sidosryhmineen, on vastuullisuus huomioitava koko matkailun kokonaisjärjestelmässä. Jotta matkailua voidaan kehittää kestävämmäksi, on kaikkien kokonaisjärjestelmän osapuolten sitouduttava vastuulliseen

matkailuun. (Veijola ym. 2013, 24.) Leiperin (2004, Veijolan ym. 2013,19 mukaan) matkailun kokonaisjärjestelmä sisältää matkailijat, lähtöalueen, läpikulkualueen, kohdealueen sekä matkailutoimialan ja sen toimintaympäristön.

Opinnäytetyössä keskitytään Visit Rovaniemen alueen matkailutoimijoihin, jolloin kokonaisjärjestelmän osalta huomioidaan kohdealue. On kuitenkin hyvä tiedostaa, että matkailun vastuullisuudessa on huomioitava kohteen lisäksi muutkin kokonaisjärjestelmän osat, jotta voidaan puhua kestävästä ja vastuullisesta matkailusta. Opinnäytetyö on kuitenkin hyödynnettävissä myös muissa kokonaisjärjestelmän osissa sekä yleisesti matkailualalla.

Vastuullisessa matkailupalveluiden kuluttamisessa keskitytään matkailijan vastuullisuuteen, jossa korostetaan eettistä vastuunkantoa kuluttajana. Yksittäinenkin matkailijakin voi edistää vastuullisuutta valinnoillaan, joilla on vaikutuksia eri kestävyiden osa-alueisiin. Keskeistä ovatkin kulutustavat, arvot, asenteet ja käyttäytyminen sekä niiden vaikutus ostoskäyttäytymiseen. (García-Rosell 2017, 232.) Kuluttajien kokemus omasta vastuullisesta toiminnastaan on monesti myönteisempi kuin mitä se todellisuudessa on. Matkalla ei välttämättä haluta tai muisteta toimia yhtä kestävästi kuin arjessa ja ajatellaan, että näin ei edes tarvitse kestävän arkikäyttäytymisen vuoksi. Arvot, tiedot tai taidotkaan eivät takaa, että matkaja toimisi niiden mukaisesti matkalla. Etenkin vastuullisuusviestinnällä pyritään vaikuttamaan vastuulliseen kuluttamiseen. (Pasanen 2020, 101; 103.)

Kestävien arvojen merkitys matkailijoiden ostopäätökseen ja kiinnostus kestävään ja vastuulliseen matkailuun on kasvussa. Vaikka kiinnostusta vastuulliseen matkailuun löytyy, matkailijat eivät ole kuitenkaan valmiita maksamaan vastuullisemmasta matkailutuotteesta juurikaan enempää. Kuluttajan olisikin helpompi tehdä vastuullisia valintoja, mikäli hintaerolle ei olisi tarvetta. Vastuullista matkailutoimintaa tulee kehittää niin, ettei vastuullinen matkailutuote tarvitse maksaa sen enempää kuin tavallinen matkailutuote. Tulee pohtia, miten vastuullista matkailutoimintaa pitäisi lähteä kehittämään, millä keinoin ja kuka siitä on vastuussa. (Pasanen 2020, 104, 106; Jänkälä 2019, 38, 47.)

Matkailijoiden valinnoilla on suuri vaikutus vastuullisen matkailun kehittämisessä ja tähän pyritään vaikuttamaan lisäämällä matkailijoiden tietämystä ja herättämällä mielenkiintoa vastuullisiin matkailutuotteisiin. Mielenkiinnon herättäminen

kannustaisi matkailijoita vastuullisempaan kulutuskäyttäytymiseen. Mitä enemmän törmätään vastuullisuuteen matkakohdetta valittaessa, sitä enemmän kiinnitetään huomiota vastuullisuuteen osana päätöksentekoa. Matkailija on mahdollista huomioida vastuullisuuden osa-alueita valinnoillaan kohdetta valitessaan, matkalla ollessaan ja myös matkan jälkeen. (Pasanen 2020, 100–101, 115; García-Rosell 2017, 232.)

Vastuullisella toiminnalla voidaan saada positiivisia vaikutuksia toimialalla. Kestävyyttä suosivista matkailijoista suuri osa ajattelee omaavansa vastuun varmistaa, ettei heidän matkansa vahingoita matkakohteen ihmisiä, ympäristöä tai taloutta ja uskovat vastuullisen matkailun vaikuttavan positiivisesti paikalliseen kulttuuriin. Kestävyyttä suosimalla saadaan matkailijat viettämään kohteessa enemmän aikaa ja käyttämään siellä enemmän rahaa. Tietoisuuden lisääntyessä vastuulliseen matkailuun, voidaan muuttaa asenteita ja vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen. Tulevaisuudessa matkaajat matkustaisivat vastuullisemmin esimerkiksi lähellä kotiaan tai matkustaisivat yhden pidemmän matkan usean lyhyen sijasta, mikä olisi lentomatkustuksen kannalta kestävämpää. Lisäksi voidaan saada matkailijat käyttäytymään myös entistä kestävämmiin kotonaan, kun matkan aikana tehdyt vastuulliset valinnat ja teot omaksutaan ja viedään kotiin. (Jänkälä 2019, 50; Pasanen 2020, 101, 105, 115, 117.)

## 4 EKOSERTIFIKAATIT OSANA STF-OHJELMAA

### 4.1 Ohjelman viides askel

Kestävän matkailun kehittämisspolun askeleen viisi suorittamiseksi STF-ohjelmassa vaaditaan yrityksiltä kestävästä matkailusta tukeva sertifikaatti (Business Finland 2020b). Jos kyseessä on vastuullisen matkailun edelläkävijäyritys ei yrityksen tarvitse suorittaa askeleen viisi sertifiointia. Yrityksellä tulee kuitenkin olla näyttöä tehdyistä toimenpiteistä, jotka liittyvät kyseisen toimialan keskeisiin vaikutuksiin ja niiden minimointiin, on oltava osoitettavissa systemaattisella seuranta-järjestelmällä (toimenpide, mittari ja tulokset) viimeisten 3 vuoden ajalta esimerkiksi sähkön-, veden-, lämmön – ja polttoaineen kulutus sekä palvelukuvauksin. Tai osoitettava vastuullisuus vähintään kahdella oman toimialan erityisohjelmalla/sertifioinnilla, joita ovat esimerkiksi TripAdvisor GreenLeaders Program, Avainlippu, Hyvää Suomesta, Luomu – Aurinkomerkki, Luomuravintola -merkki, MUSH with Pride, Leave No Trace, MARPOL Sewage Pollution Prevention Certificate, The Long Run, IAFS International Anti-Fouling System Certificate, EkoEnergia sertifikaatti, ja energiatehokkuussopimus. (Visit Finland 2020.)

Seuraavat toimenpiteet tukevat myös edelläkävijäyritysten STF-merkin saamista: Kestävään matkailuun erikoistuneiden matkanjärjestäjien kanssa tehtävä yhteistyö, esimerkiksi näyttöä matkanjärjestäjien kriteereistä ja niiden täyttymisestä, tai säännöllinen asiakaspalautteen keruu: sisältää kysymyksiä kaikista kestävyden osa-alueista, palautteen tulee olla keskitason paremmalla puolella. Myös kansainväliset kestävän matkailun palkinnot sekä muu kansainvälinen yhteistyö kestävän matkailun sektorilla. Yrityksen tehdyt toimenpiteet, palvelukuvaukset, oman toimialan erityisohjelmat ja sertifioinnit, tunnukset ja palkinnot, yhteistyö ja asiakaspalaute mikä tukee erikseen arvioitavan kestävän matkailun edelläkävijäyrityksen toimia, tulee todentaa Sustainable Travel Finland -onlinealustalla kuvauksin ja liitetiedostoin. (Visit Finland 2020.)

Ohjelmaan on hyväksyttävissä useita sertifikaatteja sekä muita ohjelmia ja järjestelmiä. Jos matkailuyrityksellä on jo käytössä jokin näistä sertifikaateista, hyväksytään se suoraan osaksi STF-merkkiä. STF-ohjelmaan hyväksyttävillä kestävän kehityksen ohjelmilla ja sertifioinneilla sitoudutaan toimimaan vastuullisesti.

Nämä hyväksyttävät sertifikaatit on esitelty STF-ohjelman e-oppaassa sekä Business Finlandin nettisivuilla. (Business Finland 2020g.)

Ekosertifikaatti on jonkun toimijan myöntämä lupa tietyn merkin käyttöön yrityksen toiminnassa. Toimija on määritellyt kriteeristöt merkin saamiseksi. Eri sertifikaatit painottavat eri asioita, täten sisältö ja merkitys ovat huonosti tiedossa matkailijoilla. Sertifioinnilla yritetään kertoa asiakkaalle, että halutaan edistää kestävä matkailua ja matkustamista sekä huomioidaan ympäristöä. (Konu, Tyrväinen, Pesonen, Tuulentie, Pasanen, & Tuohino 2017, 39.)

Centre for Responsible Travelin (2016, 3) julkaisun mukaan tilastoissa ja raporteissa osoitetaan ympäristöystävällisyyden olevan matkailijoille tärkeää ja puolet matkailijoista valitsisi vastuullisen kohteen. Konu ym. (2017, 40) kertoo Hedlundin (2013) sekä Karlssoniin ja Dolnicariin (2016) viitaten, että suurimmalle osalle matkailijoista ekosertifioinneilla ei ole merkitystä. Välinpitämättömyys sertifikaatteja kohtaan selittyy myös niiden runsaalla lukumäärällä. Fairweather (2005, Konu ym. 2017,42 mukaan) esittää, että vaikutusten ja tarkoitusten tunnistaminen on vaikeaa ja useat samantapaiset sertifikaatit hämmentävät matkailijaa. Hedlund (2013, Konu ym. 2017, 42 mukaan) toteaa, että myös tiedon puute lisää välinpitämättömyyttä. Matkailijoiden välinpitämättömyys vähentää kiinnostusta hankkia ekosertifikaatti. Kuitenkin tulevaisuudessa sertifikaattien tärkeys voi nousta. (Konu ym. 2017, 40–43.)

Sertifikaattien aikajänne on yleensä vuosi tai muutama. Sertifiointiorganisaatiot voivat olla kansallisia toimijoita, yrityksiä, voittoa tavoittelemattomia järjestöjä tai monikansallisia tahoja. Ekosertifikaattien laaduista on haastava löytää tietoa ennakkoon. (Konu ym. 2017, 43.)

Muita vastuullisuuden järjestelmiä ja ohjelmia on myös esiteltynä STF-ohjelman e-oppaassa. Näistä kolme hyväksytään osaksi STF-ohjelmaa. Muut erilaiset ohjelmat ja järjestelmät ovat tarkoitettu lisätiedoksi. Näistä yritys voi kuitenkin löytää toimintaa hyödyttäviä tai täydentäviä järjestelmiä. Esimerkiksi näillä voi osoittaa edelläkävijäyrityksenä toimenpiteitä. (Visit Finland 2020.)

## 4.2 Ohjelmaan hyväksyttävät sertifikaatit

Responsible Tourism Institute (RTI) myöntää **Biosphere** sertifikaatin. RTI:n tavoitteena on edistää kestävän kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. RTI on kansainvälinen ja toiminut jo yli 20 vuotta. Sertifikaattiin kuuluvat YK:n 17 kestävän kehityksen tavoitetta. Näitä ovat ilmastonmuutoksen torjunta, ympäristön suojelu, kulttuuri, sosiaalinen ja taloudellinen. Prosessi on online-muotoinen ja tukee kehittämistä pitkäjänteisesti. Tähän osallistuville kuuluu tuki, koulutus ja tapahtumat. Sertifikaatin voivat hakea matkailualueet sekä matkailuyritykset. Biosphere (Taulukko 1) huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 200 € - 1200 € riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta. Auditointi on kerran vuodessa. (Biosphere Tourism 2020a; Biosphere Tourism 2020b; Business Finland 2020g; Responsible Tourism Institute 2020.)

Taulukko 1. Biosphere-sertifikaatin tiedot


Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
	www-sivut	<a href="http://www.biospheretourism.com">www.biospheretourism.com</a>
	Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
	Auditointi	Kerran vuodessa
	Soveltuvuus	Kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

Suomen luomumatkailuyhdistys - **ECEAT Suomi** ry (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) edistää luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua, kestävästä maankäytöstä, kulttuuriperinnön ja -maiseman suojelua sekä maaseudun ekologisia toimintamahdollisuuksia. Ympäristökasvatus kuuluu myös yhdistyksen tarjontaan. Jäseneksi voivat hakea ympäristövastuulliset majatalot ja ekokylät. Lisäksi ympäristösuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin panostavat majoitus- ja vierailukohteet voivat hakea jäseneksi. Laatua ja kestävyyttä mitataan erilaisin vaatimuksin ja kriteerein. Laatukriteereitä ollaan soveltamassa myös luomu- ja ekokahviloille ja -ravintoloille. ECEAT (Taulukko 2) huomioi sosiokulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on



150 € jonka lisäksi on 200 € liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yhteisöille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80 € ja liittymismaksu 120 €. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus. Ajoittaiset tarkastusvierailut. Vuoden 2020 aikana otetaan käyttöön auditoinnit matkakohteissa. (Business Finland 2020g; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020a; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020b.)


Taulukko 2. ECEAT-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry
	www-sivut	www.luomumatkailu.fi
	Hinta	Jäsenmaksu on 150€ + 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yhteisöille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ + 120€ liittymismaksu. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus.
	Auditointi	Ajoittaiset tarkastusvierailut
	Soveltuvuus	Esimerkiksi Matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, Ympäristövastuulliset majatalot
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurillinen, taloudellinen

**Ekokompassi** ympäristöjärjestelmä auttaa vähentämään ympäristökuormaa. Sertifikaatin saamiseksi täytyy sitoutua 10 kriteerin noudatukseen. Näitä ovat ympäristölainsäädännön noudatus, ympäristövastaavan nimeäminen, ympäristövaikutusten arviointi, ympäristölupauksen laatiminen, sisäinen koulutus, jätesäännösten mukainen jätehuoltosuunnitelma, vaarallisten jätteiden sekä kemikaalien asianmukainen käsittely, ympäristö ohjelman laatiminen ja sen ylläpito sekä raportointi. Ympäristöasiantuntijan neuvontakertoja saa kolme sertifikaatin hankinnassa. Järjestelmä räätälöidään, joten se sopii kokonaisuuksille ja yksittäisille yrityksille. Ekokompassi (Taulukko 3) huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500 €, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500 €, auditointi 600 €-900 € riippuen organisaation koosta. Auditointi on kolmen vuoden välein. Ensiauditointi suoritetaan, kun ympäristöjärjestelmä on rakennettu ja sitä on toteutettu


noin puoli vuotta järjestelmän valmistumisen jälkeen. (Ekokompassi 2020, Business Finland 2020g.)

Taulukko 3. Ekokompassi -sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
Ekokompassi 	Hallinnoija	Suomenluonnonsuojeluliiton Kinos OY
	www-sivut	www.ekokompassi.fi
	Hinta	Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilötömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pk-yritykset, tapahtumat ja julkinen sektori
	Ulottuvuudet	Ekologinen


**EMAS** muodostuu sanoista The Eco-Management and Audit Scheme ja se on ympäristöasioiden hallinta ja auditointijärjestelmä. Se perustuu Euroopan yhteisön asetukseen ja sen ydin muodostuu EN ISO 14001 standardin vaatimuksista. Tarkoituksena on vähentää ympäristövaikutuksia ja pienentää kustannuksia. Järjestelmä auttaa tunnistamaan toimintaa, tuotteiden ja palveluiden välittömiä ja välillisiä ympäristövaikutuksia, sekä suunnitelmallisesti auttaa päästöjen, jätteiden, energian ja luonnonvarojen kuluttamisen vähentämisessä. Toteutuksen ydinkohtina ovat ympäristökatselmus, johtamisjärjestelmä ympäristöasioiden hoitamiseksi ja parantamiseksi, toiminnan kehittämiseksi sisäinen auditointi sekä ympäristötyöstä ja -vaikutuksista raportointi julkisesti. Suomessa rekisteröinnin myöntää ja valvoo Suomen ympäristökeskus. EMAS (Taulukko 4) huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252 €, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252 €. (Business Finland 2020g; Ympäristöministeriö 2012.)

Taulukko 4. EMAS-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökeskus
	www-sivut	www.ymparisto.fi/emas
	Hinta	Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€.
	Auditointi	Vuosi
	Soveltuvuus	Kaikki yritykset ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen


Suomessa **EU Ecolabel/EU kukka** merkkiä hoitaa Ympäristömerkintä. Korkeat ympäristökriteerit täyttävät majoitusliikkeet voivat saada kyseisen merkin. Tämä järjestelmä tarjoaa tuotteita ja muutamia palveluita. Tarkoituksena on edistää myyntiä ympäristösuojelullisesti korkeatasoisista tuotteista. Merkin saanti on rajoitettu ympäristöystävällisen kohteen takaamiseksi. Kriteerit laaditaan eri ryhmille asiantuntijaryhmissä. Arviointiperusteet liittyvät markkinalähtöisyyteen ja ympäristövaikutukseen koko elinkaaren aikana. Hyväksymisestä kriteerit ovat voimassa kahdesta viiteen vuotta. EU kukka (Taulukko 5) huomioi ekologisen ja taloudellisen kestävyuden ulottuvuudet. EU-ympäristömerkin käytöstä laskutetaan vuosimaksua sen jälkeen, kun tuotteelle/palvelulle on myönnetty merkki. Hakemusmaksu ovat yrityskohtaisia alkaen 350 €, alennukset hakemusmaksusta: EMAS-alennus 30 % ja ISO14001-alennus 15 %. Vuosimaksu on hakijaa ja tuoteryhmää kohti vähintään 500 € ja enintään 25 000 €, alennukset vuosimaksusta: mikroyritykset, Pk-yritykset ja kehitysmaiden tuotevalmistajat/palveluntarjoajat 25 %, EMAS-alennus 15 %. Tarkastuskäynneistä veloitetään matka- ja majoituskustannukset. Luvan laajennuksista ja muutoksista veloitetään 115 €/tunti, kuitenkin enintään 2000 € / 600 € / 350 € yrityksen koosta riippuen. (Business Finland 2020g; Ympäristömerkintä Suomi Oy 2020a.)

Taulukko 5. EU-kukka-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/
	Hinta	Hakemusmaksut ovat yrityskohtaisia alkaen 350€, alennukset hakemusmaksusta: EMAS-alennus 30% ja ISO14001-alennus 15%. Vuosi-maksu on hakijaa ja tuoteryhmää kohti vähintään 500€ ja enintään 25 000€, alennukset vuosimaksusta: mikroyritykset, Pk-yritykset ja kehitysmaiden tuotevalmista-jat/palveluntarjoajat 25%, EMAS-alennus 15%. Tarkastuskäynneistä veloitetaan matka- ja majoituskustannukset. Luvan laajennuksista ja muutoksista veloitetaan 115€/tunti, kuitenkin enintään 2000€ / 600€ / 350 € yrityksen koosta riippuen.
	Auditointi	Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta
	Soveltuvuus	Majoitusliikkeet, hotellit, hostellit, leirintäalueet
	Ulottuvuudet	Ekologinen, taloudellinen

**Forum Anders Reisen** (Taulukko 6) merkillä voi myös täydentää askeleen viisi STF-ohjelmassa. Kyseessä on saksalainen kestävän matkailun verkosto ja matkanjärjestäjä portaali. Tämän verkoston yritykset sitoutuvat kestävän matkailun periaatteisiin. Kriteerit esitellään katalogissa (Forum Anders Reisen 2019b). Tehävänä on tarjota mahdollisimman laadukas matkailukokemus. Etusijalla ovat ympäristönsuojelu, kulttuurin kunnioitus ja resurssien säästäminen. Edellytyksenä on kestävän kehityksen prosessin omaksuminen ja kriteerien täyttyminen. (Business Finland 2020g; Forum Anders Reisen 2019a.)

Taulukko 6. Forum Andersen Reisen-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Forum Anders Reisen
	www-sivut	<a href="http://www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/">www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/</a>
	Hinta	Jäsenmaksujen suuruuden ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkokous johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle. Liitteenä mukana, minkä mukaan jäsenmaksut lasketaan (MitegliedsbeiträgeFar)
	Auditointi	Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla ja sen voi lähettää milloin vain. Liittymisen jälkeen yhtiö sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään TourCert Chek:in läpi sekä koko CSR-prosessin onnistuneella sertifisoinilla ensimmäisten neljän vuoden aikana.
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, kulttuurinen, taloudellinen

**GEO Golf** ohjelma toimii verkossa ja auttaa tehokkaaseen voimavarojen käyttöön ja vaalimaan ympäristöä. Suomen Golfkentänhoitajien yhdistys (FGA) tukee ohjelmaa nimeltä GEO OnCourse. Se auttaa sisäistämään kestävä kehityksen periaatteet ja toimimaan niiden mukaan. Eli säästämään kustannuksissa, positiivisen julkisuuden luomisessa sekä ylittämään asiakkaan ja viranomaisen vaatimukset. Tämän ohjelman arviointi suoritetaan paikan päällä ja raportointi on läpinäkyvää. GEO:n myöntämä golfkentille suunnattu ohjelma on ainoa FGA:n tukema kestävä kehityksen golf-sertifikaatti kentänhoidolle. GEO Golf (Taulukko 7) huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 300 €. Arviointi paikan päällä 1150 €, etäarviointi 315 € ja hallintomaksu 315 €. Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020g; Geo Foundation 2020.)

Taulukko 7. GEO-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Geo Foundation
	www-sivut	www.sustainable.golf
	Hinta	Vuosimaksu 300€, Arviointi paikan päällä 1150€, etäarviointi 315€ ja hallintomaksu 315€
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Golfkentät
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** hallinnoi maailmanlaajuisia standardeja, joita kutsutaan GSTC-kriteereiksi. Kriteerit ovat perusta GSTC:n roolille, joka on sertifiointiohjelmien maailmanlaajuinen akkredointi eli pätevyyden toteaminen. Tavoitteena on edistää kestävä matkailua maailmanlaajuisesti. GSTC ei sertifioi suoraan, vaan hyväksyy tahot, jotka tekevät auditioinnit ja sertifiointit. GSTC-akkeroidut yritykset hyväksytään STF-ohjelmaan sertifioituna. On olemassa erit ohjeet esimerkiksi majoituksille ja matkanvälittäjille. (Visit Finland 2020; Global Sustainable Tourism Council 2020a, Global Sustainable Tourism Council 2020b.)

**Green Globessa** on kyse korkeasta kestävä kehityksen matkailun standardista. Se on kansainvälinen ja perustuu kriteeristöihin, kuten Global Sustainable Tourism Criteria, Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria, Agenda 21, ISO 9001/14001/19011. Tärkeää on kestävä johtaminen, sosiaalinen ja talous, kulttuuriperintö ja ympäristö. Pitkään kestävä matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia. Sertifikaatilla on kolme tasoa: sertifioitu, kulta ja platina Green Globe (Taulukko 8) huomioi ekologisen kestävyys ulottuvuuden. Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$ 750 - \$ 5000. (Green Globe 2020a). (Business Finland 2020g; Green Globe 2020b; Green Globe 2020c.)

Taulukko 8. Green Globe -sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Green Globe Certification
	www-sivut	www.greenglobe.com
	Hinta	Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Pitkään kestävän matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia.
	Ulottuvuudet	Ekologinen


**Green Key** merkki huomioi majoitusalan ominaispiirteitä ja on käytännönläheinen toteuttaa ja onkin maailmanlaajuinen majoitusalan ympäristöohjelma. Osallistuja sitoutuu noudattamaan ympäristökriteereitä ja raportointiin. Ympäristö asioiden lisäksi ohjelma kiinnittää huomiota sosiokulttuurin ja taloudellisen vastuullisuuden kriteereihin. Ohjelmassa on omat kriteeristöt majoitusmuodoille, kuten hotelleille, pienille majoitusliikkeille, leirintäalueille ja mökkikylille. Foundation for Environmental Education (FEE) hallinnoi ohjelmaa ja auditoinnin tekee Green Key organisaatio. Green Key tarjoaa materiaalipankkia, josta löytyy esimerkiksi laajasti teema- ja viestintämateriaalia. Green Key tiedottaa kohteista aktiivisesti. Green Key (Taulukko 9) huomioi ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyys ulottuvuudet. Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550 €-1750 €. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400 €/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500 €/kerta + matkustuskulut. Auditointi tehdään ensimmäisenä ja toisena vuonna, jonka jälkeen enää kolmen vuoden välein. (Business Finland 2020g; Green Key 2020a.)

Taulukko 9. Green Key -sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Erilaiset majoituspalvelut, maatilamatkailu, leirintä-alueet, kahvilat, ravintolat, käyntikohteet ja matkailunähtävyydet, ohjelmalvelut, aktiviteetit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen

**Green Activities** kriteeristö ohjaa vastuulliseen luonnossa liikkumiseen. Se huomioi esimerkiksi luonnon monimuotoisuuden, jätteet sekä ruokailun. Sertifikaatti sopii pienille luonnossa liikkuville yrityksille, joilla ei ole asiakastiloja. Se antaa työkalun ja viestintätuen. Green Activities omaa omat kriteeristönsä. Green Activities (Taulukko 10) huomioi sosiaalisen, kulttuurillisen ja ekologisen kestävyys ulottuvuudet. Ohjelman vuosimaksu on 550 € ja auditointi 500 € (+alvt). Auditointiväli on kolme vuotta. (Business Finland 2020f; Green Key 2020a; Green Key 2020b.)

Taulukko 10. Green Activities -sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen Ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Ohjelman vuosimaksu on 550€ ja auditointi 500€ (+alvt).
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pienet ohjelmalvelu- ja luontoyrittäjät, joilla ei ole omia tiloja (mikäli omia tiloja, tällöin voi hakea Green Keytä)
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen



**Hi Quality (HI-Q)** laadunhallintajärjestelmän on suunnitellut Hostelling International. Se on kansainvälinen ja siitä on olemassa myös laajennettu **HI Quality and Sustainability (HI-Q&S)** versio. Eron tekee lisätty hostellin kestävä kehitys ja soveltuvuus-kriteerien laajuus. Sertifioinnin saa aina 3 vuodeksi kerrallaan, mikäli täyttää vaatimukset, jotka auditoija varmistaa. STF-ohjelma hyväksyy vain HI-Q&S version. HI-Q&S (Taulukko 11) huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Vuosimaksu on 350 € ja Hostelli auditoidaan HI:n tai Hostellijärjestön puolesta, kun hostelli kokee olevansa valmis sertifioidavaksi. HI-Q&S hostellit auditoidaan HI:n toimesta joka 3. vuosi. (Business Finland 2020g; Hostelling International 2020.)

Taulukko 11. HI-Q&S sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Hostelling International
	www-sivut	<a href="http://www.hihostels.com/pag">www.hihostels.com/pag</a>
	Hinta	Vuosimaksu 350€
	Auditointi	Hostelli auditoidaan HI:n tai Hostellijärjestön puolesta, kun hostelli kokee olevansa valmis sertifioidavaksi. HI-Q&S hostellit auditoidaan HI:n toimesta joka 3. vuosi.
	Soveltuvuus	Hostelling International (HI)-hostellit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**ISO 14001 standardi** on tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli ja se on kansainvälinen. Se sopii kaikille yrityksille, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan ja tukea kestävä kehityksen ympäristötekijää. Standardi voidaan soveltaa eri yrityksille ja on täten joustava. Standardi tarjoaa ympäristöjohtamisen tueksi työkalupakin ympäristön hallintaan. Se korostaa riskien ja mahdollisuuksien tunnistamista. Perustana on auditoijan tekemä tarkastus ja sitä myöntävät sertifiointialan yritykset. Standardi ja oppaat käsittelevät muun muassa ympäristöauditoinnit ja -tarkastukset, ympäristösuojelun tason arvioinnin, ympäristömerkinnät, elinkaariarvioinnin, kasvihuonekaasupäästöjen hallinnan, tuotteiden hiili- ja vesijalanjäljen sekä ympäristöviestinnän. ISO 14001 standardi (Taulukko 12) huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Ympäristö-

standardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi. Ympäristöjärjestelmän rakentamiseen tarvitaan sekä standardin vaatimukset että yrityksen toiminnan tunteva henkilö. Ulkopuolisen konsultin käyttö ei useinkaan ole välttämätöntä. Nykystandardi (ISO 14001:2015) ei edellytä erillistä ympäristökäsikirjaa. Standardissa on joitakin pakollisia dokumentointivaatimuksia, mutta pääsääntöisesti organisaatio voi itse määritellä tarvittavan ohjeistuksen. Sertifiointin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). (Business Finland 2020g; Pro Pilvipalvelut 2020.)


Taulukko 12. ISO 14001 -sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
ISO 14001	Hallinnoija	ISO 14001
	www-sivut	www.sfs.fi/aihealueet/palvelut
	Hinta	Sertifiointin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi.
	Auditointi	Sertifikaatti myönnetään 3 vuodeksi kerrallaan. Seuranta-arvioinnit tulee tehdä vuosittain. Kolmivuotiskauden jälkeen tehdään uudelleensertifiointiarviointi, jolloin sertifikaatin voimassaoloa voidaan jatkaa seuraava 3 vuotta
	Soveltuvuus	Kaikenkokoiset organisaatiot ja yritykset
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**Joutsenmerkki**, ympäristömerkki, on Pohjoismaiden yksi tunnetuin ja arvostetuin ympäristömerkki. Sertifiointin voi saada hotelli, ravintola tai kongressikeskus. Tarkoitus on edistää kestävästä kehitystä ja ohjata kuluttajia sekä ostajia viisaampiin ympäristövalintoihin ja kannustaa valmistajia sekä palveluntuottajia parempiin ympäristövaihtoehtoihin. Merkin voi ansaita elinkaari pohjaisten kriteerien täytyessä. Nämä kriteerit ohjaavat esimerkiksi energian- ja vedenkulutusta, jätteen määrää, kemikaaleja, hankintoja, tarjoilua, ruokaa, hotellihuoneita sekä menettelyjä, kuten omavalvontaa ja tiedottamista. Kriteeristöä tiukennetaan 3–5 vuoden välein. Tällöin merkkiä joutuu hakemaan uudelleen. Joutsenmerkki (Taulukko 13) huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Hakemusmaksu on

1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500 €. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3–5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000 €-5500 € (0,15% alle 1,5M € kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03 % yli 1,5M € menevästä osasta). (Business Finland 2020g; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020b; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020c.)


Taulukko 13. Joutsenmerkki-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.joutsenmerkki.fi
	Hinta	Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta).
	Auditointi	Ympäristömerkin lupa on voimassa niin kauan kuin tuote täyttää vaatimukset tai kunnes kriteereiden voimassaoloaika päättyy. Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta. Ympäristömerkintä valvoo vaatimusten täyttymistä vuosittain luvan voimassaoloaikana.
	Soveltuvuus	Hotellit, retkeilymajat, ravintolat, kongressi- ja kokouskeskukset
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Roope-satama** ympäristöohjelman taustalla on Pidä Saaristo Siistinä ry ja se on kohdennettu suomalaisille venesatamille. Tavoitteena on kehittää kaikenkokoisten venesatamien ympäristönäkökulmia ja turvallisuusasioita. Venesatamien käyttäjät saavat samalla ohjausta ympäristöystävälliseen toimintaan. Tukea saadaan jätehuoltoon ja ympäristötyön kehittämiseen. Roope-satama merkin voi saada, jos on nimennyt ympäristövastaavan, jätehuolto on järjestetty asianmukaisesti, jätevedet käsitellään asianmukaisesti, turvallisuudesta on huolehdittu, tiedotetaan ja opastetaan ympäristö- ja turvallisuusasioista, satama on siisti ja roskaton sekä halutaan olla mukana kehittämässä satamatoimintaa. Lisäksi saa muun muassa lipun salkoon. Roope-satama (Taulukko 14) huomioi ekologisen

kestävyyden ulottuvuuden. Ohjelmamaksu on 120 € vuodessa. Hintaan sisältyy yksi Roope-lippu. Jos haluaa ylimääräisiä lippuja, niistä veloitetaan 40 € kpl. Auditointiväli 1–2 vuotta. (Business Finland 2020g; Pidä Saaristo Siistinä ry 2020.)

Taulukko 14. Roope-satamaohjelman tiedot

Sertifikaatin tiedot		
Roope-satama 	Hallinnoija	Pidä Saaristo Siistinä ry
	www-sivut	<a href="http://www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat">www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat</a>
	Hinta	Ohjelmamaksu on 120€ vuodessa. Hintaan sisältyy yksi Roope-lippu. Jos haluaa yli-määräisiä lippuja, niistä veloitetaan 40€ kpl.
	Auditointi	1-2 vuotta
	Soveltuvuus	Pienvenesatamat
	Ulottuvuudet	Ekologinen


**Travel for Accommodation** on kansainvälinen majoituksen kestävyysohjelma. Tarjolla on verkkopaketti, jossa on käytännön työkaluja ja neuvoja yrityksen ympäristö-, talous, ja sosiaalisten vaikutuksien parantamiseksi. Vaatimuksina ovat ympäristöasioiden hallinta, reilu työvoima, ihmisoikeudet, yhteisön tukeminen, lasten turvaaminen ja eläinten hyvinvointi. Kriteeristö on hyvin laaja ja prosessissa on kuusi vaihetta. Auditointi tapahtuu 2 vuoden välein. Sertifiointi antaa logon ja The Travelife Collection -kuluttajasivulle listauksen sekä maininnan viikko-reportissa matkanjärjestäjille. Travel for Accommodation (Taulukko 15) huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyden ulottuvuudet. Hinta on kahden vuoden ajalta alkaen 565 €-1950 € sisältäen auditoinnin. Paikan päällä tehtävä tarkastus kahden vuoden välein. (Business Finland 2020g, Travelife Accommodation Sustainability 2020a, Travelife Accommodation Sustainability 2020b, Travelife Accommodation Sustainability 2020c.)

Taulukko 15. Travel for Accommodation-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Travelife Limited
	www-sivut	www.travelifestaybetter.com
	Hinta	Hinta on kahden vuoden ajalta alkaen 565€-1950€ sisältäen auditoinnin.
	Auditointi	Paikan päällä tehtävä tarkastus 2 vuoden välein
	Soveltuvuus	Majoitus
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen


**Travelife for Tour Operator** on matkailuyrityksille koulutuksen ja hallinnan ohjelma, jolla sitoudutaan tavoittelemaan kestävyyttä. Matkanjärjestäjille se tarjoaa verkkokoulutusta ja käytännön työkaluja kestävyysuunnitteluun, hallintaan ja raportointiin. Ohjelma soveltuu kaikille matkailuyrityksen johtamisen alueille ja kaiken kokoisille yrityksille. Ohjelma on kolmivaiheinen. Jäsenyys sisältää verkkokoulutukset, hallinta- ja raportointityökalun verkossa, opastuksen, hyväksi todetut käytännöt sekä mentorin opastaan prosessi läpi. Osa koulutuksesta on suomeksi. Travelife for tour operators (Taulukko 16) huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on 200 €-400 € vuodessa, sertifiointi maksaa 400 €-2000 € vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä. Auditointi on kerran kahdessa vuodessa. (Business Finland 2020g, Travelife Sustainability in turism 2020a, Travelife Sustainability in turism 2020b, Travelife Sustainability in turism 2020c.)

Taulukko 16. Travelife for Tour Operator-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	ECEAT
	www-sivut	www.travelife.info
	Hinta	Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä.
	Auditointi	Kerran kahdessa vuodessa
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät, matkatoimistot, kuljetusyritykset, retkipalveluiden tarjoajat
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**TourCert** sertifiointi järjestelmä perehdyttää kohteita, yrityksiä ja matkailijoita kestäväan matkailuun. Se tarjoaa indikaattoreita, kriteereitä ja työkaluja, joilla yhteiskuntavastuuta mitataan. TourCert auttaa kestäväan kehityksen suunnitelman toteuttamisessa ja lisäksi se esimerkiksi konsultoi, järjestää seminaareja ja tarjoaa itsearviointityökaluja jäsenille. Sertifiointi on kansainvälinen. TourCert (Taulukko 17) huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200 €-6000 € joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifiointi maksu on 900 €-2250 €, vuosimaksu 750 €-2150 €. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350 €, auditointi ja sertifiointi maksu on 4500 €, vuosimaksu 4050 €. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200 €-8750 €, auditointi ja sertifiointi maksu on 1350 € -2700 €, vuosimaksu 750 €-2900 €. (Business Finland 2020g; TourCert 2020.)

Taulukko 17. TourCert-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Tour Cert
	www-sivut	<a href="http://www.tourcert.org/en/">www.tourcert.org/en/</a>
	Hinta	Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifiointi maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350€, auditointi ja sertifiointi maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifiointi maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€.
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**WWF Green Officen** tarkoituksena on auttaa toimimaan ympäristövastuullisesti pienentämällä hiilijalanjälkeä, viisaalla luonnonvarojen käytöllä sekä suojelemalla

luonnon monimuotoisuutta. Green Officessa on seitsemän teemaa: johtaminen, sitouttaminen ja viestintä, vesi ja energia, kierrätys, siivous ja lajittelu, liikkuminen, ruoka ja hankinnat. Tukea saa ympäristöosaamiseen. Tuloksia on myös hyvä analysoida erilaisin mittarein (Julkunen 2020). Merkki brändää vastuulliseksi toimijaksi ja se onkin todistus hyvin hoidetuista vastuullisuusasioista. Asiakkaalle ja sidosryhmälle se kertoo ympäristöasioista huolehdittavan toimitiloissa, päätöksenteossa ja toiminnassa (Virta-Toikka 2019). WWF Green Office (Taulukko 18) huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Liittymismaksu on 1500 € - 6000 € -Koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000 € - 8000 € määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan. Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020g; WWF Suomi 2020a)

Taulukko 18. WWF Green Office-sertifikaatin tiedot

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	WWF Suomi
	www-sivut	wwf.fi/greenoffice/
	Hinta	Liittymismaksu 1500€ - 6000€ - koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Toimistot tai toimiston kaltaiset ympäristöt
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**ISO** (International Organization for Standardization) **14024** kriteeristön täyttävä jokin muu merkki myös käy sertifiointiin. Kyseessä on vapaaehtoinen yksityisen tai julkisen tahon hoitama kansallisen, alueellisen tai kansainvälisen tason ympäristömerkintäohjelma. Tällaisella merkillä on useita kriteereitä, jossa ympäristövaikutuksia arvioidaan koko elinkaaren mitalta. Tavoitteena on lisätä ympäristöstävällisyyttä. Tarkastelun alla ovat tuoteryhmät, tuotteiden ympäristöperusteet ja tuotteen toimintojen ominaisuudet. Vaatimuksien toteutuessa saa sertifikaatin. (Tranchard 2018.)

**Kansallispuistot** hyväksytään myös yritysohjelmaan. Kansallispuistojen ensisijaisena tarkoituksena on turvata luonnon monimuotoisuus. Kansallispuistot ovat suuria, yli tuhannen hehtaarin luonnonsuojelualueita, jotka ovat samalla kaikille avoimia nähtävyyksiä, niihin kuuluu kansallismaisemia sekä muita luonnonnähtävyyksiä. Kansallispuistot palvelevat luonnonsuojelun ehdoilla myös virkistystä. Ne ovat myös kansallisesti ja kansainvälisesti arvokkainta osaa luonnostamme. (Metsähallitus 2020.)

#### 4.3 Ohjelmaan hyväksyttäviä vastuullisuuden ohjelmia ja järjestelmiä

**Metsähallitus** on mahdollistamassa STF-merkin saantia. Metsähallituksen luontopalvelut ja UNESCO:n maailmanperintökohteet huomioivat toiminnassa ja yhteistoiminnassa kestävän matkailun periaatteet. Yhteistyöyritykset kirjoittavat alle periaatteiden noudattamisen sopiessaan Metsähallituksen kanssa suojelualueilla toimimiseksi. Sitoutumalla taataan matkailun ekologisuus sekä sosiokulttuurinen ja taloudellinen kestävyys. Kestävän matkailun periaatteissa on kuusi pääkohtaa: kohteiden arvojen säilyttäminen ja suojelu, ympäristön kuormituksen minimointi, paikallisuuden vahvistaminen, kohteiden terveys ja hyvinvointi, paikallistalouden kasvu ja työpaikkojen luonti sekä yhdessä viestiminen arvoista ja palveluista (Metsähallitus 2016). Toteutumista varten on seurantatyökalu. (Business Finland 2020g.)

Myös **UNESCO** on osana STF-ohjelmaan sallittuja sertifiointeja. UNESCO:n maailmanperintökohteille on suunnattu kestävän matkailun ohjelma kestävän matkailun kehittämiseksi. Matkailua kehitetään sekä kulttuuri- ja luonnonperintöä suojellaan kohteen arvojen mukaan. UNESCO tarjoaa suuntaviivoja strategisesti sekä käytännön ohjeistusta kestävän matkailun toteuttamiseen työkalupakin avulla (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 2020). (Business Finland 2020g; UNESCO World Heritage Centre 2020.)

#### 4.4 Muita ohjelmia ja järjestelmiä

**Avainlippu** kertoo luotettavasta suomalaisesta alkuperästä. Avainlippu voidaan myöntää Suomessa valmistetuille tuotteille, tuoteryhmille, yksilöidyille ja nime-



tyille palveluille tai yhdistelmille, joiden kotimaisuusaste on vähintään 50 prosenttia. Myöntämiseksi täytyy täyttää merkin ehdot, jotka ovat räätälöidyt palveluille ja tuotteille erikseen. Merkki myönnetään kolmeksi vuodeksi kerrallaan ja tiedot tarkistetaan vuosittain. Avainlippu on Suomalaisen Työn Liiton alla. (Visit Finland 2020, Suomalaisen Työn Liitto 2020, Suomalaisen Työn Liitto 2019.)

**Europarc** (Charter for Sustainable Tourism, European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas) ohjelmalla kehitetään kestävää luontomatkailua suojelualueille. EUROPARC tunnustaa tarpeen huolehtia maasta ja sen asukkaista. Paineet vierailuista ja väärinkäytöksistä ymmärretään, mutta potentiaalia on toimia kestäväen kehityksen ja elämäntavan muutosten katalysaattorina. (Visit Finland 2020; EUROPARC Federation 2020.)

**Green DQN** on matkailualueille sopiva. **Green Start** koulutus on tukemassa STF-ohjelmaa. Se valmistaa useille STF askeleille. Green Start on Visi Finlandiin ja Haaga-Perhon kehittämä. (Visit Finland 2020; Garcia-Rosell, Hanni-Vaara, Iivari, Linna, Satokangas, Tapaninen & Tekoniemi-Selkälä 2017, 21.)

TripAdvisor **GreenLeaders** -ohjelma on hotelleille ja aamiaismajoituskohteille myönnettävä todistus siitä, että he ovat sitoutuneet vihreisiin tekoihin, kuten kierättämiseen, vesitehokkuuteen ja vaihtoehtoisten energiamuotojen suosimiseen. Kaikkien ohjelmaan haluavien hotellien ja Bed & Breakfast: ien on haettava pääsyä ohjelmaan. Jos tulee hyväksytyksi ohjelmaan, myönnetään jokin seuraavista tasoista: pronssi, hopea, kulta tai platina. Mitä korkeampi taso, sitä suurempi vaikutus yrityksen ekokäytännöillä on. (Visit Finland 2020; Tripadvisor 2020.)

**Helsinki Declaration** on Suomen matkailuelinkeinon sitoumus kestävään kehitykseen. Se on tarkoitettu kaikille kestävästä kehityksestä kiinnostuneille matkailualan toimijoille edelläkävijöistä myös aloittelijoihin. Helsinki Declaration kannustaa matkailuelinkeinoja asettamaan toiminnalle yhteisen vastuullisen suunnan, matkailun negatiivisten vaikutuksien sijaan lisäämään positiivisia vaikutuksia. Julistuksen allekirjoittamalla yritykset/organisaatiot sitoutuvat periaatteisiin, joiden pohjalta kukin toteuttaa omia konkreettisia toimenpiteitään. (Visit Finland 2020; Helsinki Declaration: Suomen matkailuelinkeinon kestäväen kehityksen sitoumus 2020.)

**Laatutonni** on matkailualalle räätälöity laatuohjelma. Ohjelma sisältää käytännönläheistä koulutusta, jossa yrityksen henkilöstöä valmennetaan käyttämään erilaisia laadun kehittämisen työkaluja. Yritykset voivat osallistua joko kolmi- tai nelipäiväiseen Laatutonni-valmennukseen. Kolmipäiväinen valmennus sisältää tiiviin valmennuspaketin hintaan 430 euroa + alv. 24 % /yritys. Kun taas nelipäiväinen valmennus sisältää laatuvalmennuksen lisäksi yhden päivän koulutuksen kestävän kehityksen teemalla. Nelipäiväisen valmennuksen hinta on 580 euroa + alv. 24 % /yritys. Molemmista valmennuksista yritykset saavat itselleen Laatutonni -statuksen ja neljän päivän valmennuksesta lisäksi Green Start -statuksen. (Visit Finland 2020; Business Finland 2020h.)

**Leave No Trace** on ohjelmapalveluyrityksille tarkoitettu kestävän matkailun sertifikaatti ja ohjelma. Organisaation tavoitteena on tarjota ihmisille innovatiivista koulutusta ja taitoja kestävästä tavasta liikkua ja nauttia luonnosta. Leave No Trace opettaa, kuinka minimoida vaikutuksemme luontoon samalla kuitenkin siitä nauttien. Ylläpitääkseen terveen ja elinvoimaisen luonnon Leave No Trace pyrkii ratkaisemaan seuraavia ongelmia: vahingoittuneet luontoalueet ja polut, saastunut vesi, nuorten yhdistäminen luontoon, vaarassa olevat villieläimet, tuhoisat tulipalot sekä ruuhkaiset puistot. (Visit Finland 2020; Int 2020.)

**Mush with Pride** (MWP) on koiravaljakkoyrityksille tarkoitettu maailmalaajuinen standardointi. Organisaatio kannustaa jokaista, joka on kiinnostunut vetokoirista liittymään jäseneksi. Jäsenenä tuet MWP:tä joka edistää vastuullista vetokoirien hoitoa, sekä tarjoaa vastuullista informaatiota koirien ympäristöistä. (Visit Finland 2020; Mush with pride 2020.)

**Protect Our Winters** (POW) Finland on osa kansainvälistä POW-liikettä, joka kannustaa talviurheilun ystäviä ja talvilajien parissa toimivia yrityksiä toimimaan ilmastonmuutosta vastaan. Toimintaan kuuluu ilmastonmuutoksesta ja sen vaikutuksista talviurheiluun tiedottaminen, järjestää kampanjoita ja tapahtumia sekä vaikuttaa päättäjiin ja alan yrityksiin (Protect our winters 2020.)

#### 4.5 Ekosertifikaattien rooli matkailussa ja vastuullisuusviestintä

Penz, Hoffmann ja Hartl (2017, 2) kuvailevat artikkelissaan sertifikaattien, ympäristömerkkien sekä vastaavanlaisten palkintojen olevan ympäristöystävällisiä

käytäntöjä lisäävien informatiivisten välineiden joukossa. Pasanen (2020, 112) väittää, että matkailijat kyllä tunnistavat sertifikaatteja, mutta eivät tiedä niiden taustalla olevia kriteerejä ja toimenpiteitä.

Tunnistaakseen tuotteen tai palvelun kestäväksi kuluttajat ovat riippuvaisia vastuuviranomaisista, jotka tarkastavat kestävyys tilan heidän puolestaan ja merkaavat tuotteen tai palvelun asianmukaisella tavalla. Kestävydestä kertovien merkkien on tarkoitus ohjata matkailijat kestäviin valintoihin esimerkiksi loma- ja matkakohdetta varatessa. Tätä varten matkailijoiden on kuitenkin oltava tietoisia näiden merkkien olemassaolosta sekä niiden toiminnasta. (Penz, Hofmann & Hartl 2017, 2.)

Kuluttajan on vaikea erottaa yrityksiä, jotka eivät ole täyttäneet sertifiointin kriteerejä, joten he ovat epävarmoja näitä palveluita tai tuotteita kohtaan ja näin ollen pidättäytyvät ostamisesta. (Penz, Hofmann & Hartl 2017, 5.) Kestävästä kehityksestä kiinnostuneet matkailijat voivat sen sijaan valita sertifioidun matkanjärjestäjän, jonka on tarkistettava kaikkien toimijoiden kestävä kehityksen kriteerit (Penz, Hofmann & Hartl 2017, 4). Tämä voi olla yksi syy, miksi matkanjärjestäjät yhä useammin vaativat sertifikaatteja osoitukseksi vastuullisesta toiminnasta yhteistyösopimuksen perustaksi (Visit Finland 2019). Suomalaiset matkailuyritykset kokevatkin ekosertifikaattien tärkeimmäksi kohderyhmäksi eurooppalaiset matkanjärjestäjät, joille vastuullisuus on jopa valintakriteeri (Pasanen 2020, 117).

Vaikka erilaisia sertifikaatteja ja ympäristömerkkejä on tarjottu monien vuosien ajan, on ihmisiä, jotka eivät kiinnitä niihin erityistä huomiota suunnitellessaan loma. Jotkut tutkijat korostavat, että sertifikaateilla ei ole toivottua vaikutusta potentiaaliin matkailijoihin. Tiedyt matkailijasegmentit kuten ekoturistit ovat huolissaan ympäristöstä ja tiedostavat lomansa negatiiviset vaikutukset ympäristöön. Kuitenkin osa turisteista ei tiedä kielteisistä vaikutuksista eivätkä näin ollen valitse kestävämpiä vaihtoehtoja. Sertifikaattien ja ympäristömerkkien suuren määrän haittapuolena voi olla se, että ne aiheuttavat hämmennystä kuluttajissa. Liian suuri määrä vaikeuttaa merkkien tunnistamista sekä kuluttajien voi olla hankala tietää esimerkiksi kaikkien ympäristömerkkien taustalla olevia kriteerejä. (Penz, Hofmann & Hartl 2017, 3; Pasanen 2020, 101; 116–117.)

Vastuullisuusviestintä on yksi keino lisätä tietämystä vastuullisesta matkailusta ja ohjata vastuullisempiin valintoihin. Parhaimmillaan se on osa yrityksen kaikkea viestintää ja markkinointia. Vastuullisuusviestinnän avulla matkailijat voidaan opettaa huomaamaan negatiiviset vaikutukset matkailussa, tiedostamaan vastuullisen toiminnan piirteitä ja saada toimimaan vastuullisemmin vastuullisuusviestinnän avulla. Oikeanlaisella vastuullisuusviestinnällä on tarkoitus herättää massojen kiinnostus vastuullisuuteen. Näin voidaan saada aikaan muutosta matkailijoiden käyttäytymisessä kannustamalla heitä vastuullisempaan kulutuskäyttäytymiseen. Massojen kannalta tämä on tärkeää, sillä kiinnostuksen lisäksi tarvitaan osaamista ja halua tehdä vastuullisia valintoja. (Jokinen, Andersson & Hillgrén 2014, 51; Business Finland 2020i; Pasanen 2020, 100–101, 115.)

Pasanen (2020, 112;114) mukaan asiakkaan kestävään käyttäytymiseen tarvitaan, että asiakas ymmärtää tiedon, pitää sitä tärkeänä sekä luotettavana ja tietää, kuinka toimia. Tämä tieto on tultava esiin myös sertifikaateissa. Vasta silloin se tuo lisäarvoa asiakkaalle. (Pasanen 2020, 112;114.) Valintoja tehdään yhä enemmän arvopohjaisesti, jolloin tulevaisuudessa tulee osata kertoa toiminnastaan ja arvoistaan menestyäkseen. (Visit Finland 2019b; Pasanen 2020, 100–101; 108; 117.)

Sertifiointilla vaikutetaan vastuullisuuden eri osa-alueisiin kiinnittämällä huomiota vastuullisuuteen liiketoiminnassa. Vastuullisuusviestintä tulee esiin, kun sen avulla saadaan matkailijat tietoisiksi vastuullisesta kuluttamisesta ja tunnistamaan vastuullisia yrityksiä. (Pasanen 2020, 101;115). Vastuullisen yrityksen asiakastyytyväisyys ja koettu laatutaso on tutkimuksien mukaan korkeampaa (Business Finland 2020c). Näiden väitteiden perusteella opinnäytetyössä tutkitaan sertifiointien taustalla olevien toimenpiteiden vaikutusta ja näkyvyyttä asiakaskokemukseen. Vastuullisuusviestintä nähdään tärkeänä osana asian tutkimisessa, koska sen avulla lisätään tietämystä vastuullisuudesta, sen eteen tehdyistä toimenpiteistä, herätetään kiinnostusta vastuulliseen matkailuun sekä saadaan aikaan muutosta käyttäytymiseen kannustamalla vastuullisiin tekoihin (Pasanen 2020, 100, 101).

Vastuullisuusviestinnällä luodaan siis kuvaa laadukkaasta toiminnasta, jonka valitsemalla asiakas saa lisäksi tunteen, että on toiminut oikein. Sen avulla voidaan

saada kilpailuetua, parantaa julkisuuskuvaa ja saavuttaa myös uusia kohderyhmiä. Alueellisesti se voi luoda positiivista kuvaa kestävästä matkailukohteesta, jolloin sen hyöty korostuu myös toimeksiantajalle, Visit Rovaniemelle. (Pasanen 2020, 118.)

Helpoin ja tehokkain tapa vastuullisuusviestintään on digitaalisin keinoin. Nykypäivänä suurin osa matkailuun liittyvistä hauista ja ostoista tapahtuvat digitaalisten kanavien kautta. Digitaaliset markkinointikanavat ohjaavat matkailijoiden ostospäätöksiä herättämällä inspiraatiota kohteen valintaan sekä toimien tiedonhaun paikkana. Lisäksi digitaalisten kanavien hyötynä on, että niiden avulla voidaan kohdata matkaajat aina matkan suunnittelusta matkan jälkeiseen aikaan ja kattaa näin koko asiakaspolku. Digitaalisten kanavien suuren vaikuttavuuden avulla voidaan vaikuttaa ihmisten näkemyksiin ja tietämyksiin vastuullisuudesta ja rohkaista kestävämpään kulutukseen sen luomien paineiden myötä. (Jänkälä 2019, 41; Visit Finland 2019c, 6; 10; 21; Pasanen 2020, 106–107; 116.)

## 5 EKOSERTIFIKAATTIEN INFOPAKETTI

### 5.1 Menetelmät ja tiedonkeruu

#### 5.1.1 Dokumenttianalyysi

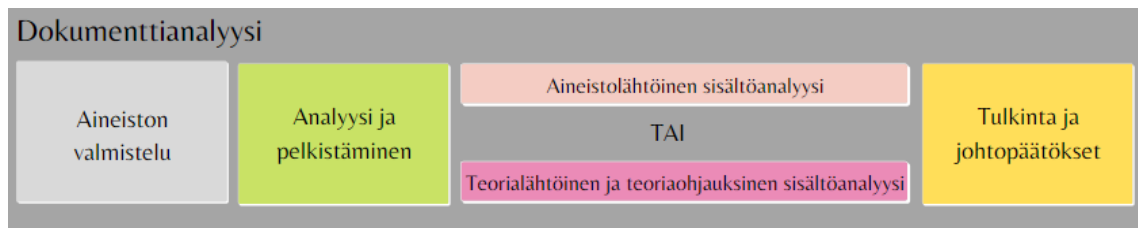
Dokumenttianalyysiä hyödynnettiin STF-ohjelman e-oppaan, STF-ohjelman online-lustan ja ohjelmasta kertovan Business Finlandin www-sivun tarkastelussa. Materiaaleissa analyysi kohdistui askeleen viisi kohtiin, koska vain niissä kohdissa on oleellista tietoa valintaan liittyen. Tarkastelua tehtiin 31 STF-ohjelmaan hyväksyttävän ekosertifikaatin tai -ohjelman tietojen esittämistapaan. Lisäksi analyysissä tarkasteltiin askeleen viisi ohjeistusta. Tarkoituksena oli löytää erilaisia tekijöitä, jotka ovat oleellisia sertifikaatin valinnassa. Ideana oli löytää erottavia ja yhdistäviä tekijöitä materiaalien välillä ja täten pyrkiä tuottamaan yksi valintaa helpottava infopaketti.

Dokumenttianalyysissä päätelmiä pyritään saamaan kirjalliseksi erityisesti verbaalisesti, symbolisesti tai kommunikatiivisesti. Tarkasteltavana voivat olla esimerkiksi tekstiksi muutetut haastattelut, www-sivut, lehtiartikkelit, vuosikertomukset, markkinointimateriaalit, ideointipalaverien muistiot, päiväkirjat, valokuvat, piirroksot, puheet, keskustelut, raportit ja muut kirjalliset materiaalit. Sivonen (2017, 17) kertoo tekstissään, että Piergiorgion (2003) mukaan useimmiten asiakirjat ovat jo kirjallisessa muodossa. Dokumentiksi voidaan lukea tutkittavasta ilmiöstä kirjoitettu, puhuttu tai kuvattu materiaali, jopa esineistö. Tavoitteena on analysoida järjestelmällisesti dokumentit ja luoda sanallinen, selkeä kuvaus tutkittavasta sekä kehitettävästä asiasta. Pyritään järjestämään aineisto sisällönanalyysillä tiiviiksi ja selkeäksi. Analyysin tarkoitus on lisätä informaatioarvoa, jolla selkeytetään aineistoa luotettavien ja selkeiden johtopäätöksien tekemiseksi. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 136.)

Vahvuutena dokumenttianalyysissä on herkkyys asiayhteyteen, eli siihen, millaisena kehittämisen kohde esiintyy luonnollisessa ympäristössä. Valmiita aineistoja voidaan analysoida, vaikka niitä ei olisi tarkoitettu tutkittavaksi. Sivosen (2017, 17) mukaan Anttila (1998) kertoo, että saadaan tietoa myös siitä, miten

muut ovat menetelleet ja mitä aiemmin on selvitetty. Dokumenttianalyysissä voidaan tavoitella trendien tunnistukseen, eli tulevaisuuden tutkimiseen. Sitä voidaan käyttää myös PR-panostusten menestyksen arviointiin ja mediaprofiilien analysointiin. Näissä analyysillä tuotettua tietoa vertaillaan mediatietoihin. (Ojasalo ym. 2015, 136.)

Sisältöä voi analysoida kahdella tapaa dokumenttianalyysissä (Kuvio 2). Sisällön analyysi tarkoittaa dokumenttien kuvaamista sanallisesti. Tavoitteena on tunnistaa ja etsiä tekstin merkityksiä. Sivosen (2017, 18) mukaan analyysissä keskitytään kerrontaan ja perusteluihin. Sisällön erittely tarkoittaa määrällisesti kuvaamista. Aineistoa käsitellään loogisesti päätelemällä ja tulkinnalla, jossa aineisto pilkotaan osiin, käsitteellistetään ja kootaan uudelleen. Ennen analysointia päätetään, analysoidaanko ilmiselvä sisältö vai piiloviestit. Kehittämistehtävä määrittelee, mikä analyysi sopii käytettäväksi. (Ojasalo ym. 2015, 137.)



Kuvio 2. Dokumenttianalyysin prosessin kulku (Ojasalo ym. 2015, 136–145)

Aineiston valmistelulla varmistetaan aineiston selkeys ja valmius muokkaamista varten. Tässä vaiheessa kannattaa korjailla, editoida ja numeroida aineisto niin, että siihen on helppo viitata. Selkeä arkistointitapa on hyvä suunnitella sekä tallentaa ja jaotella aineisto eri tiedostoihin. (Ojasalo ym. 2015, 138.)

Sisällön analyysi voidaan tehdä aineistolähtöisesti. Siinä aineisto pelkistetään, ryhmitellään ja abstrahoidaan. Pelkistämällä selkeytetään ja tiivistetään aineistoa rajaamalla ja tunnistamalla näkökulmia. Aineistosta tunnistetaan yhteisiä piirteitä tai nimittäjiä. Oleelliset havainnot kerätään ja esitetään tiivistettynä. Pelkistämällä tuotetaan uutta tietoa. Samankaltaisuudet ja erot etsitään aineiston ryhmittelyssä. Abstrahoinnilla tavoitellaan abstraktia ilmaisua eli yleiskäsitteen muodostamista. Siinä erotetaan oleellinen tieto, teoriakäsitteistön kokoamiseksi. Näiden avulla kuvataan tutkimuskohdetta, verrataan teoriaa ja johtopäätöksiä. Tuloksissa esitetään malli, käsitejärjestelmä, käsitteet tai aineistoa kuvaavat teemat. Myös

muodostetut käsitteet tai kategoriat sisältöineen kuvataan. Johtopäätöksissä pyritään tutkittavia heidän näkökulmastaan. (Ojasalo ym. 2015, 139–140.)

Teorialähtöinen luokittelu perustuu aikaisempaan viitekehykseen ja siinä käsittely ja luokittelu on valmiina. Ensimmäinen vaihe onkin muodostaa analyysirunko. Strukturoidulla rungolla testataan aiemmin muodostettua teoriaa tai käsitejärjestelmää uudessa ympäristössä tai tilanteessa. Analyysirunkoon muodostuu luokituksia ja kategorioita. Koodimerkeillä pelkistetään aineistoa ja ne auttavat kuvailussa. (Ojasalo ym. 2015, 140–141.)

Teemakortistolla pilkotaan aineisto myöhempää tulkintaa varten. Tämä voidaan tehdä aineisto- tai teorialähtöisesti. Kun aineisto on luokiteltu ja kategorioitu voidaan se kvantifioida, eli laskea kuinka monesti sama asia esiintyy aineistossa. Tämä tuo aineiston tulkintaan erilaista näkökulmaa. Se voi olla tavoitteen mukaan aiheellista. (Ojasalo ym. 2015, 142–143.)

Tulkinnassa tuodaan esille jotain uutta. Lähteenä voi olla teoria tai tutkimus. On pyrittävä laatimaan havainnoista ja tuloksista synteesejä, jotka kokoavat keskeiset tulokset ja antavat selkeän, pelkistetyn ja perustellun vastauksen tutkimuskysymyksiin. Johtopäätökset ja kehittämistyön suositukset laaditaan synteiesien perusteella. (Ojasalo ym. 2015, 143–144.)

Kaikki tarkasteltavat aineistot ovat kirjallisia verkkoaineistoja. Näistä e-oppaan ja onlinealustan aineistot ovat tunnuksien ja salasanojen takana. Tämän vuoksi aineistoja ei opinnäytetyössä kuvallisesti esitellä. Näitä tunnuksien takana olevia aineistoja ei siis pääse tarkastelemaan ennen kuin on suorittamassa STF-ohjelmaa ja rekisteröitynyt käyttäjätunnuksin. Analyysissä korostui sisällön analyysi kaikkien tarkasteltujen aineistojen kohdalla. Dokumentteja kuvattiin sanallisesti vertaillen, yhdistellen ja erotellen. Lähteiden perusteella tehtiin johtopäätökset, joita hyödynnettiin infopakettin koostamisessa. Johtopäätöksiä vertailtiin myös muilla menetelmillä saatujen tuloksien kanssa.

### 5.1.2 Haastattelut ja kysely

Sekä haastattelulla että kyselyllä on paikkansa tutkimustyössä, mutta molempiin liittyy myös haasteita. Tätä menetelmävalinnan suunnittelua on syytä lähestyä



pohtimalla sitä, mihin nämä menetelmät soveltuvat tämän opinnäytetyön osalta ja mitä lisäarvoa niillä voidaan saada.

Yläkäsitteen tasolla ajateltuna haastattelu on erittäin suosittu tutkimusmenetelmä. Haastattelu kuitenkin jakautuu useaksi pienemmäksi käsitteeksi, joita käytetään eri tilanteissa. Näitä haastattelutyylejä tai -muotoja tutkiessa olisi hyvä tietää mitä haastattelulla haetaan. Haastattelun keskeisin tehtävä on tarkentaa ja syventää jo olemassa olevaa tietoa sekä selventää asioita. Haastattelussa selvennettäviin asioihin saattaakin kuulua sellaisia, joiden selvittäminen esimerkiksi aiheen arkaluonteisuuden takia voi olla haastavaa muilla menetelmillä. (Ojasalo ym. 2015, 106–107.)

Kun mietitään, mitä tietoa haastattelulla halutaan syventää, nousee päällimmäisenä esiin itse opinnäytetyön sytykkeenä toimiva tutkimushypoteesi, jonka mukaan STF-ohjelmaan mukaan lähteneillä toimijoilla on ollut haasteita ohjelman askeleen viisi suorittamisessa. Oikea henkilö syventämään tätä tietoa on luonnollisestikin toimeksiantajan edustaja. Tällöin haastateltavana on vain yksi henkilö, jonka kanssa ollaan muutenkin yhteyksissä pitkin opinnäytetyöprosessia, joten täysin strukturoitu haastattelu, jossa kaikki kysymykset järjestyksineen on päätetty etukäteen ei välttämättä vastaa tarkoituksenmukaisuutta. Sen sijaan puolistrukturoitu haastattelu yhdistettynä teemahaastatteluun soveltuu kummankin haastattelumenetelmän käyttötarkoitusten mukaisesti tilanteeseen. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on toki laadittu etukäteen, jolloin ne toimivat keskustelua ohjaavina suuntaviivoina, mutta osa kysymyksistä voidaan haastattelutilanteessa muotoilla toisin tai vaihtaa toiseen kysymykseenkin, joten haastattelutyylillä on vapaamuotoisempi (Ojasalo ym. 2015, 108). Teemahaastattelua itsessään voidaan pitää eräänlaisena strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelumenetelmän välimuotona, jossa haastateltavan kanssa keskustellaan tiettyjen teema-alueiden ja aihepiirien kautta. (Hirsjärvi 2008, 47–48.)

Haastattelu ei kuitenkaan ole täysin ongelmaton tutkimusmenetelmä. Haastattelu vie useimmiten paljon aikaa aina haastattelun ajankohdan sopimisesta ja suunnittelusta toteutukseen ja materiaalin analysointiin asti. Lisäksi mitä avoimempi haastattelu on kyseessä, sitä haasteellisempaa on tulkita ja analysoida saatua

tietoa varmasti ja luotettavasti, koska valmiita analysointimalleja ei ole tähän tarkoitukseen saatavilla. (Hirsjärvi 2008, 35.) Haastatteluaineiston laatua voisikin parantaa ja varmentaa jakamalla haastattelu muutamaan osaan, jolloin haastatteluista saatavaa materiaalia voisi reflektoida aina kulloiseenkin teemaan ja lopuksi yhtenäistää kokonaiseksi analyysiksi. Toisaalta täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että esimerkiksi työn alkuvaiheessa toteutettu toimeksiantajan haastattelu itsessään ohjaa vahvasti opinnäytetyön etenemistä, joten jokaisen osahaastattelun kysymykset tuleekin suunnitella huolella palvelemaan aina vallitsevaa tilannetta.

Kyselytutkimus on hyvin pitkälti samanlainen tutkimusmenetelmä kuin haastattelu. Varsinkin, jos puhutaan kyselylomakkeista ja haastattelulomakkeista, on erona vain haastattelijan läsnäolo jälkimmäistä täytettäessä. Kyselyllä myös luonnollisesti kerätään usein samankaltaista tietoa kuin haastattelulla. (Vehkalahti 2014, 11.)

Kannattaa jälleen pohtia mitä tällä menetelmällä halutaan selvittää opinnäytetyöhön liittyen. Palataan siis jo aiemmin esiteltyyn tutkimushypoteesiin. Kyselyn avulla voidaan selvittää, onko tutkimushypoteesin mukainen haaste STF-ohjelman suorittamiseen liittyen konkreettinen vai onko kyseessä lähinnä joidenkin yksittäistapausten kautta muovautunut ajatus asiasta. Tätä voidaan pitää tutkimuksen kohteena olevana ilmiönä. Tavallisesti kyselytutkimuksessa käytetään otannan suhteen omia menetelmiä kuten satunnaisotantaa, mutta tässä tapauksessa haetaan sen verran tarkkoihin kysymyksiin vastauksia, että havaintoyksiköksi kannattaa valita kaikki Visit Rovaniemen kautta STF-ohjelmaan mukaan lähteneet yritykset. (Ojasalo ym. 2015, 122–123.) Tämä rajaus tehdään Visit Rovaniemen ajantasaisten tietojen perusteella.

Kyselylomaketta hahmoteltaessa kannattaa kysymyksistä muotoilla osioita eli sellaisia kysymyksiä, joilla selvitetään vain yhtä yksittäistä kysymystä tai väitettä. Nämä osiot pitää muodostaa ymmärrettäviksi ja selkeiksi, jotta vastaajalle ei jää epäselväksi se mihin halutaan vastausta. On siis tärkeää tarvittaessa jakaa monimutkainen kysymys osiin, jolloin haettava kokonaisuus hahmottuu vastaajalle paremmin ja vastauksen luotettavuus kasvaa. (Vehkalahti 2014, 23–24.) Kyselyssä on hyvä käyttää sekä avoimia että suljettuja osioita. Esimerkiksi voidaan

kysyä vastaajan toimialaa suljettuna osiona monivalintaruudukolla ja STF-ohjelman askelten suorittamisen haasteita avoimella kysymyksellä. (Vehkalahti 2014, 25.) Ensimmäisessä voidaan selkeästi valita vaihtoehdoista, kun taas jälkimmäisessä hyödytään avoimesta vastauksesta, koska vastauksesta saattaa tulla esille selkeitä pullonkauloja ohjelmasta verrattuna siihen, että kysyttäisiin vain kyllä/ei vastauksella haasteista.

Kyselyn tuloksia analysoitaessa tulee ottaa huomioon, että tärkeimpien kysymysten kohdalla haetaan vastausta, joka on vastaajan konkreettinen subjektiivinen käsitys toiminnan ja ohjeistuksen selkeydestä, joten numeerista dataa voi olla erittäin haastava saada kirjattua ylös. Toisaalta vertaamalla avoimien kysymysten vastauksia suljettujen kysymysten vastauksiin voidaan saada esimerkiksi toimialakohtaista vertailukohtaa näkemyksiin.

## 5.2 Toteutus ja vaiheet

### 5.2.1 Toimeksiantajan haastattelut

Toimeksiantajan edustajan haastattelut toteutettiin kolmessa osassa. Nämä haastattelut ajoittuivat elo-, syys- ja lokakuulle. Alkuperäisen suunnitelman mukaisesti haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina, joskin teema-haastattelumaisuus saattoi haastatteluissa kärsiä, koska jokaiseen haastatteluun laadittiin kysymykset ensisijaisesti tarpeen, ei teeman mukaan. Toisaalta taustalla vaikuttavana teemana koko prosessin ajan säilyi vastuullisuus. Haastattelut toteutettiin Skype-yhteydellä virka-aikaan ja opinnäytetyöryhmä toteutti jokaisen haastattelun etukäteen laadittujen kysymysten perusteella, mutta tarkentavia kysymyksiä muodostettiin tarvittaessa haastattelutilanteessa.

Ensimmäisessä haastattelussa kysyttiin perustietoja toimeksiantajan näkemyksestä STF-ohjelman markkinoinnista alueella ja tavoitteista ohjelmaan liittyen. Lisäksi haettiin ensimmäisiä suuntaviivoja toimeksiantajan toimimaan sertifikaattien infopakettiin ja suhteutettiin tätä jo olemassa olevaan tukiaineistoon. Toisessa haastattelussa tarkennettiin halutun infopaketin tarpeen alkuperää ja haluttua sisältöä. Lisäksi kysyttiin toimeksiantajan yrityksille järjestämistä koulutuk-

sista ohjelmaan liittyen sekä mahdollisista tulevista koulutuksista. Lopuksi varmistettiin lupa laajentaa opinnäytetyö koskemaan myös sertifi kaattien ja vastuulisuusviestinnän yleistä näkyvyyttä. Kolmannessa haastattelussa keskityttiin varmistamaan opinnäytetyön teknistä puolta ja infopakettin lopullista muotoa.

Haastattelujen päätarkoituksena oli siis tarkentaa saatua toimeksiantoa. Lisäksi haastatteluissa haettiin lisätietoa toimeksiantajan toiminnasta STF-ohjelmassa. Näin ollen haastatteluissa ei haettu mitään erillisiä tuloksia, vaan haastattelujen tulokset toimivat suoraan työn prosesseja ohjaavina suuntaviivoina, jotka voidaan havaita taustalla vaikuttavina tekijöinä.

### 5.2.2 Tarkastelussa e-opas, onlinealusta ja www-sivut

Sertifikaatin valintaan löytyy tietoa keskitetysti kolmesta eri paikasta (Kuvio 3). STF-ohjelman **e-oppaassa** askeleen viisi alussa on selkeästi listattuna ne sertifi kaatit, jotka hyväksytään suoraan askeleen suorittamiseksi. Sertifiointi voi olla jo voimassa tai jokin mainituista sertifiointeista tai ohjelmista suoritetaan. Lisäksi suoralla hyväksynnällä sertifi kaatin saavat niin kutsutut edelläkävijäyritykset, joista kerrotaan oppaassa hieman myöhemmin enemmän. Nämä yritykset antavat näyttöä systemaattisesta työstä kestävän matkailun eteen ja näin ansaitsevat stf-merkin. Lisätiedon saamiseksi sertifi kaateista on linkit e-oppaan lukuun, jossa sertifi kaatit avataan paremmin ja www-sivuille. (Visit Finland 2020.)



Kuvio 3. Ekosertifikaatin valintaan vaikuttavat materiaalit

Analysoidussa e-oppaassa on ilmaistu otsikon 2.6 alla ensin sertifiointin hyödyistä yrittäjälle, matkailijoille ja paikallisväestölle. Sitten luetellaan hyväksyttävät sertifikaatit ja ohjelmat, edelleen linkittäen myös www-sivustolle. Ne ovat selkeästi avattuna myös kirjallisesti sekä taulukoiden muodossa. Yhdessä taulukossa on ilmaistu sertifikaattien kestävyuden eri ulottuvuudet. Toisessa taulukossa merkit on jaettu matkailuyrityksien toimialoittain. Kolmas taulukointi on laajin, missä avataan lyhyen esittelyn lisäksi hallinnoija, www-sivut, soveltuvuus, hinta, auditointi ja kontaktihenkilö. Tämän laajimman taulukon voi ladata myös excel taulukointina omalle koneelle. (Visit Finland 2020.)

Tässä osiossa on kerrottu myös matkailualueelle sopivia ohjelmia, suositeltavia ohjelmia sekä muita matkailuyrityksien käytössä olevia ohjelmia ja järjestelmiä. Nämä muut ohjelmat ovat siis hyödynnettävissä, mikäli edelläkävijä yritys haluaa näiden avulla todentaa vastuullisia toimiaan, mutta ne eivät suoraviivaisesti kuulu STF-ohjelman viidennen askeleen hyväksytyihin sertifiointeihin. Lopussa on vielä avattu elintarvikemerkintöjä. (Visit Finland 2020.)

STF-ohjelman **onlinealustalla** askeleen viisi kohdalla on lyhyesti avattu aihetta sekä selkeästi linkitetty e-oppaan kohta, mistä saa lisätietoa sertifikaateista. Onlinealustalla tuli valita, onko jo suorittanut jonkun sertifikaatin. Valinta suoritettiin pudotusvalikosta, jossa sertifikaatit olivat listattuna. Jos vastasi kyllä, ohjasi onlinealusta antamaan tästä tarvittavat tiedot, kuten esimerkiksi todistuksen sertifiointista. Seuraavana kohtana kysyttiin, hakeeko sertifiointia edelläkävijäyrityksenä. Jos vastasi kyllä, alusta vaati jälleen tarkemmat tiedot tästä, kuten esimerkiksi kirjaamaan vaadittavan lausunnon toiminnasta. Molempiin kohtiin oli lyhyesti avattu, mitä kohta tarkoittaa ja mitä siinä vaaditaan. Kuitenkin, jos kohtiin vastasi molempiin ei, ei onlinealusta vaatinut jompaakumpaa suoritusmerkintää, vaan ohjasi seuraavan askeleen äärelle. (Business Finland 2020j.)



Kuva 5. Tarkastellun www-sivun alkunäkymä (Business Finland 2020g)

Business Finlandin **www-sivut** ovat ainoa niin sanotusti ulkopuoliselle avautuva materiaali, mitä tässä työssä analysoitiin. Aluksi sivulla pohjustetaan lyhyesti aihepiiriin ja viitataan STF-ohjelmaan. Sivulla avataan selkeästi kirjallisesti STF-ohjelmaan hyväksyttävät sertifiointit ja ohjelmat (Kuva 5). Jokainen on esitetty selkeästi omana otsikkonaan ja jokaisessa kohdassa on myös linkityksiä eteenpäin esimerkiksi lisätietojen hankkimiseksi. Tällä sivulla osalle eri sertifikaateille oli logot tuomassa visuaalista ilmettä. (Business Finland 2020g.)

### 5.2.3 Kyselyn toteutus sertifiointin valinnasta

Sertifiointin valinnasta tehtiin kysely (Liite 1), joka toteutettiin lokakuussa 2020 käyttäen Microsoft Forms -alustaa. Vastausaikaa annettiin 9.11.2020 asti. Tutkimusongelmana on STF-ohjelman E-oppaan selkeys sertifikaattien osalta sekä mahdolliset haasteet sertifikaatin valinnassa. Perusjoukkona toimii kaikki Visit Rovaniemen alueen STF-ohjelmaan osallistuneet yritykset, joita on noin 30. Kyselyn tarkoitus on syventää ja todentaa toimeksiannon tarvetta kuulemalla itse yritysten ajatuksia sertifikaattien valinnasta osana STF-ohjelmaa. Kyselyn tavoitteena on tulosten pohjalta selkeyttää infopakettien laatimista nousseiden haasteiden pohjalta. Kysely jaettiin eteenpäin toimeksiantajan edustajan toimesta kaikille mukana oleville yrityksille.

Kysely päädyttiin toteuttamaan verkkolomakkeella, jolloin tiedot tallentuvat suoraan palvelimelle. Verkkolomakkeen alkuun tehtiin niin sanottu saatekirje. Saatekirje toimii kyselytutkimuksen julkisivuna ja siitä tulee tulla ilmi kyselyn perustiedot: mistä tutkimuksessa on kysymys, kuka sitä tekee ja mihin tutkimustuloksia

käytetään (Vehkalahti 2014, 47). Verkkolomakkeen etuna on, että vastaukset tallentuvat suoraan. Tällöin vältetään paperilomakkeiden tallennusvaihe, joka on Vehkalahtien (2014, 48) mukaan aikaa vievää ja virhealtis vaihe. Vehkalahtien mukaan verkkolomakkeessa onkin paljon hyviä puolia ja korostaa, että kyselyihin vastaaminen pitää tehdä mahdollisimman helpoksi, kyselyn tulee olla selkeä ja sen ulkoasuun on kiinnitettävä huomiota. Microsoft Forms -kyselyyn on helppo vastata, joko puhelimella tai tietokoneella (Microsoft 2020), minkä vuoksi se valikoitui alustaksi kyselylle.

Verkkokysely pyrittiin pitämään lyhyenä, kysymykset yksinkertaisina ja vastaaminen mahdollistettiin anonyyminä. Näin tehtiin, jotta kyselyyn vastaaminen olisi helppoa ja kynnyks vastata mahdollisimman pieni. Myös Vehkalahti (2014, 48) korostaa vastaamisen helppouden merkitystä, koska harva viitsii käyttää aikaa pitkien ja hankalien lomakkeiden täyttämiseen. Verkkolomake koostuu monivalinta-että avoimista kysymyksistä. Kysely ohjautuu vastausten perusteella eteenpäin mahdollistaen eri kysymykset sertifiointiin jo aiemmin suorittaneille yrityksille sekä niille, jotka STF-ohjelman puitteissa suorittavat sertifiointia. Kyselyä testattiin ennen sen lähettämistä eteenpäin, jotta sen toimivuus voitiin todeta. Vehkalahtien mukaan (2014, 48) muutamakin testaaja riittää, jotta edes pahimmat ongelmat saadaan ilmi ja korjattua ennen varsinaista tiedonkeruuta.

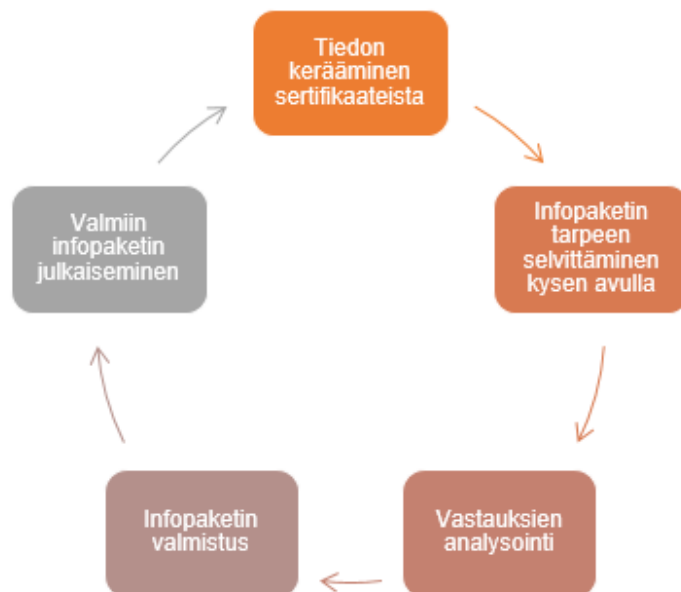
Alkuun on sijoitettu kysymys selvittämään vastaajayrityksen toimialaa. Toimialaa kysyttäessä tarkoitus on selvittää, onko mahdollisesti toimialojen välillä eroa sertifiointin valinnan vaikeuden esiintyvyydessä tai ovatko mahdolliset haasteet erilaiset toimialojen välillä. Kysymys on avoin selkeyden kannalta, sillä toimialoja Visit Rovaniemen edustajan mukaan on ohjelmaa suorittavilla yrityksillä useita. (Annukka lähteeksi ja jokin niistä haastatteluista?)

STF-ohjelman aikana sertifiointin suorittavan yrityksen kannalta keskitytään kyselyssä kartoittamaan ennen kaikkea STF-ohjelman e-oppaan hyötyä valinnan apuna. Kyselyssä tämä tapahtuu viisiportaisen Likert-asteikon avulla, jotta saadaan parempi kuva e-oppaasta koetusta hyödystä. Aste 1 kuvastaa ”ei lainkaan apua” ja aste 5 ”erittäin paljon apua”. Kaikki viisi astetta on kuvattu sanallisesti kyselyssä, jotta vastaajat ymmärtävät sen mahdollisimman samalla tavalla. Tä-

män lisäksi kysytään jo aiemmin suorittaneilta sekä STF-ohjelman puitteissa suoritavilta sertifioitavaa merkkiä sekä onko joitain haasteita koettu merkin valinnassa. Tätä täydennetään avoimella kysymyksellä selvittämään, mitä nämä haasteet ovat olleet, jotta saadaan mahdollisimman totuudenmukainen kuva koetuista haasteista.

#### 5.2.4 Infopaketin toteutus

Infopaketin valmistusprosessi (Kuvio 4) sai alkunsa toimeksiantajan edustajan ehdottamasta kehitystarpeesta. Infopaketin työvaiheisiin kuului suunnitteluvaihe, johon sisältyi tutustuminen e-oppaaseen ja sertifikaatteihin, teorian tiedon kerääminen ja sen tiivistäminen sekä muokkaaminen. Ennen infopaketin kokoamista, lähetettiin sähköpostilla kysely yrityksille, jotka suorittavat STF-ohjelmaa, vahvistamaan työn tarvetta. Suunnitteluvaiheessa tuli miettiä rakenne sekä visuaalisuus toimivan infopaketin aikaansaamiseksi.



Kuvio 4. Ekosertifikaattien infopaketin prosessi

Työn edetessä tarkentui infopaketin tavoitteet ja sen tuli sisältää helposti ymmärrettävää tietoa sertifikaateista, kuten kestävänsä kehityksen ulottuvuudet, soveltuvuus toimialoittain, sekä hinnat ja auditointi. Nämä tiedot ovat e-oppaassa kolmessa eri taulukossa. Hahmottelimme taulukointia Excelissä. Selkeyden vuoksi



päätettiin yhdistää sertifikaattien tiedot ja ulottuvuudet yhteen taulukkoon (Kuva 6) ja jakaa infopakettin sisältö toimialoittain. Taulukoiden mallissa ja muotoiluun päätettiin hyödyntää myös sertifikaattien logoja, sillä se parantaa sertifikaattien tunnistettavuutta.

Sertifikaatin tiedot		
Sertifikaatin nimi +kuva	Hallinnoija	
	www-sivut	
	Hinta	
	Auditointi	
	Soveltuvuus	
	Ulottuvuudet	

Kuva 6. Hahmotelma taulukoinnista ja sisällytettävistä tiedoista

Infopaketti päätettiin jakaa toimialoittain omiksi pääkappaleiksi (Kuva 7), jonka avulla yritykset löytävät tietoa omaan toimialaansa soveltuvista sertifikaateista helposti ja nopeasti. Toimialat infopakettissa jaettiin koskemaan isoimpia matkailualan toimialoja. Mikäli kyseessä on pienempi toimiala matkailualalla, kuten golfkentät ja satamat, löytyvät heille soveltuvat sertifikaatit muista toimialoista. Infopakettin tavoitteena oli, että sitä olisi helppo käyttää ja se veisi mahdollisimman vähän resursseja yrityksiltä soveltuvan sertifikaatin valinnassa.

SISÄLLYS	3 MATKATOIMISTOT, MATKANJÄRJESTÄJÄT, VARAUSPALVELUT
JOHDANTO	3.1 Biosphere
1 MAJOITUSTOIMINTA	3.2 Ekokompassi
1.1 Biosphere	3.3 EMAS
1.2 ECEAT Suomi	3.4 Green Globe
1.3 Ekokompassi	3.5 ISO 14001
1.4 EMAS	3.6 TourCert
1.5 EU kukka	3.7 Travellife for tour operators
1.6 Green Globe	3.8 WWF Green Office
1.7 Green Key	4 MUUT TOIMIALAT
1.8 HI Quality & Sustainability	4.1 GEO Golf
1.9 ISO 14001	4.2 Green Activities
1.10 Joutsenmerkki	4.3 Roope-satama
1.11 Travel for Accommodation	4.4 TourCert
2 RAVITSEMISTOIMINTA	4.5 WWF Green Office
2.1 Biosphere	LÄHTEET
2.2 Ekokompassi	LIITTEET
2.3 EMAS	
2.4 Green Globe	
2.5 Green Key	
2.6 ISO 14001	
2.7 Joutsenmerkki	
2.8 Travellife for Tour Operators	

Kuva 7. Infopakettin sisällysluettelo

Taulukot tehtiin Microsoft Excelillä ja ne siirrettiin Microsoft Word alustaan muokattavina taulukkoina. Tiedot sertifikaateista ovat tämänhetkisiä ja voivat muuttua, jonka vuoksi taulukoiden tietoja on hyvä päästä päivittämään tarpeen tullen.

Word-dokumentissa hyödynnettiin Lapin ammattikorkeakoulun opinnäytetyön pohjaa. Täten sisällysluettelon tekeminen ja sisällön hahmotteleminen oli luontevaa, sillä pohjaa on käytetty useissa ryhmätöiden raportoinneissa opintojen aikana.

STF-ohjelman e-opas koostuu käytännössä sertifikaatteja esittelevistä kappaleista ja kolmesta erillisestä taulukosta. Infopakettiin haluttiin kuitenkin kaikki oleellinen ja tarvittava tieto niin sanotusti yksien kansien väliin. Niinpä infopakettista löytyy sertifikaattien tiedoista koostetun taulukon lisäksi aina lyhyt esittelyteksti kyseisestä sertifikaatista (Kuva 8).

1 MAJOITUSTOIMINTA

1.1 Biosphere

Sertifikaatin tiedot	
Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
www-sivut	www.biosphere-tourism.com
Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
Auditointi	Kerran vuodessa
Sovellettuus	kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
Ulottuvuudet	Ekologinen

Responsible Tourism Institute (RTI) myöntää **Biosphere** sertifikaatin. RTI:n tavoitteena on edistää kestävän kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. RTI on kansainvälinen ja toiminut jo yli 20 vuotta. Sertifikaattiin kuuluvat YK:n 17 kestävän kehityksen tavoitetta. Näitä ovat ilmastomuutoksen torjunta, ympäristön suojeleminen, kulttuuri, sosiaalinen ja taloudellinen. Prosessi on online-muotoinen ja tukee kehittämistä pitkäjänteisesti. Tähän osallistuville kuuluu tuki, koulutus ja tapahtumat. Sertifikaatin voivat hakea matkailualueet sekä matkailuyritykset. Biosphere huomioi ekologisen kestäväyden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta. Auditointi on kerran vuodessa. (Biosphere Tourism 2020a; Biosphere Tourism 2020b; Business Finland 2020g; Responsible Tourism Institute 2020.)

1.2 ECEAT Suomi

Sertifikaatin tiedot	
Hallinnoija	Suomen luomamatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry
www-sivut	www.luomumatkailu.fi
Hinta	Jäsenmaksu on 150€ + 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yrityksille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ + 120€ liittymismaksu. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus.
Auditointi	Ajoittaiset tarkastusvierailut
Sovellettuus	Esimerkiksi Matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, ympäristöastolliset majatalot
Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

Suomen luomamatkailuyhdistys - **ECEAT Suomi** ry (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) edistää luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua, kestäväää maankäyttöä, kulttuuriperinnön ja -maiseman suojelua sekä maaseudun ekologisia toimintamahdollisuuksia. Ympäristökasvatus kuuluu myös yhdistyksen tarjontaan. Jäseneksi voivat hakea ympäristövastuulliset majatalot ja ekokylät. Lisäksi ympäristönsuojeluun ja paikalliseen kulttuuriin panostavat majoitus- ja vierailukohteet voivat hakea jäseneksi. Laatuja kestävyttä mitataan erilaisin vaatimuksin ja kriteerein. Laatuksiteereitä ollaan soveltamassa myös luomu- ja ekokahvilloille ja -ravintoloille. ECEAT huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestäväyden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on 150€ jonka lisäksi on 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yrityksille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ ja liittymismaksu 120€. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus. Ajoittaiset tarkastusvierailut. Vuoden 2020 aikana otetaan käyttöön auditoinnit matkakohteissa. (Business Finland 2020g; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020a; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020b.)

Kuva 8. Infopaketin sisällön esittäminen

Infopakettiin nähtiin tarpeelliseksi kirjoittaa myös johdanto, jonka avulla herätellään lukija aiheen tärkeyteen ja selitetään, miksi ja miten tuotos on tehty. Jotta tuotos on luotettava ja tiedon voi osoittaa todeksi, tekstistä löytyy lähdeviitteet ja tuotoksen loppuun on lisätty lähdeluettelo. Infopaketin liitteeksi laitettiin vielä kaikki infopakettissa olevat sertifikaatit (eli STF-ohjelmaan hyväksytyt sertifikaatit) yhtenä taulukkona.

### 5.3 Tulokset ja tuotos

#### 5.3.1 Dokumenttianalyysin tulokset

Analysoinnissa keskityttiin vain STF-ohjelman askeleeseen viisi liittyviin materiaaleihin, koska vain näillä on enemmän merkitystä askelta suorittaessa sekä erityisesti suoritettavaa sertifikaattia valittaessa. Tarkastelussa olivat STF-ohjelman e-opas, onlinealusta ja www-sivut. Dokumenttianalyysin tuloksia hyödynnettiin infopakettin luomisessa.

Pääasiassa asiat esitettiin lyhyesti, ytimekkäästi ja selkeästi kaikissa materiaaleissa. Tietoa oli helppo löytää, vaikka sitä oli paljon. Materiaalien välillä oli kuitenkin eroavaisuuksia. Visuaalinen puoli on jäänyt hieman heikommaksi kirjalliseen tuottamiseen verraten. (Visit Finland 2020; Business Finland 2020j; Business Finland 2020g.)

Kirjallisissa e-oppaan ja www-sivujen materiaaleissa, joissa esitellään sertifikaatit, on eroavaisuuksia toisistaan. Tämä näkyy esimerkiksi TourCert- ja Ekokompassi merkkien kohdalla. Joistakin sertifikaateista on paljon tietoa suhteessa toisiin. Esimerkiksi www-sivuilla Geo Golf merkistä saa enemmän tietoa, kuin e-oppaasta. Osassa on paljon yksityiskohtaisempaa tietoa kuin toisissa, mikä luo eriarvoisuuden tunnetta. Yksityiskohdat toivat luotettavuutta. Sertifikaatti, josta on niukasti tietoa, ei ole välttämättä houkutteleva suorittaa. Jotkin selkeästi tietylle toimialalle soveltuvat merkit, kuten Geo Golf tai Roope-satama, erottuvat jo nimeltänsä edukseen. Osassa esittelyissä mainittiin suorittaneita yrityksiä nimeltä, toisissa määrällisesti ja osassa ei ollenkaan. (Business Finland 2020g, Visit Finland 2020.)

Lisäksi esiintyi ristiriitoja materiaalien välillä. Esimerkiksi Forum Anders Reisen sertifikaatin kohdalla. Www-sivuilla se on osana muita ohjelmia, kun taas e-oppaassa osana sertifikaatteja ja täten löytyy myös onlinealustan valikon listauksesta. Nämä erilaiset ristiriidat tuovat vaikeuksia ymmärtää, miten asia on ja täten vaikeuttaa sertifikaatin valintaa. (Business Finland 2020g; Business Finland 2020j, Visit Finland 2020.)

Jos materiaalit sertifikaattien esittelyistä kulkisivat identtisinä, toisi se luotettavuutta ja tiedonhankinta helpottuisi. Ristikkäisiä linkityksiä ei tällöin tarvittaisi. Lisäksi ylläpitäjän olisi helppo muokata vain yhtä tekstiä, joka olisi sama eri alustoilla. Myös e-oppaassa olisi hyvä olla visuaalisesti huomioituna logojen esittäminen. Logo tuo tunnistettavuutta helpommaksi ja voi parhaimmillaan antaa muistikuvia, missä kyseistä logoa on esiintynyt.

E-oppaan taulukoiden sisältöä muokkaamalla ja yhdistämällä taulukot palvelisivat paremmin yrityksiä sertifikaatin valinnassa. Laajimmassa taulukossa joitakin on avattu melko kattavasti, kun taas joistakin merkeistä on kerrottu vain yhdellä tai korkeintaan muutamalla lauseella. Joissakin kohdissa on myös epäselvyyttä tiedoissa, esimerkiksi EMAS hinta ja Green Globe auditointiväli. Joidenkin kohdalla linkit vievät saamaan lisätietoa, mutta joidenkin kohdalla linkkejä ei ole tai ne eivät toimi. Esimerkiksi Green Start koulutuksen linkki ei toimi lainkaan ja Global Sustainable Tourism Council kappaleessa ei ole linkkiä lainkaan. Kaikista sertifikaateista ei ole suomeksi tietoa, vaan kansainvälisyyden vuoksi informaatio on englanniksi tai esimerkiksi Forum Andersen Reisenin ollessa saksalainen, on lisätietoa saatavilla vain saksan kielellä. (Visit Finland 2020.)

Laajimmassa taulukoinnissa on paljon potentiaalia, mutta sen sekavuus luo epäluotettavuutta ja sen käyttäminen ristikkäin kahden muun taulukon kanssa on haasteellista. Sekavuutta tuo taulukon sisällön vuoksi sen rakenne. Esimerkiksi esittely on vasta toiseksi viimeisessä sarakkeessa, vaikka se on olennainen osa valinnan teossa. Taulukoinneissa ei ollut mukana lisätietona olevia muita ohjelmia ja järjestelmiä. Tästä syystä opinnäytetyössä toimittiin samalla tavalla. (Visit Finland 2020.)

Muut ohjelmat ja järjestelmät kohta e-oppaassa on hämmentävä, koska niillä ei ohjelman suorittamisen kannalta ole merkityksellisyyttä. Oikeastaan se on turhaa tietoa, joka voi hankaloittaa suorittettavan sertifikaatin valintaa. Materiaalin tiiviys olisi parempi kuin laajuus, materiaalien ollessa jo valmiiksi hyvin kattavat ja laajat. Hyväksyttäviä sertifiointeja on kuitenkin myös suuri määrä jo olemassa. Nämä lisätiedot eivät siis olennaisesti helpota valintaa. Kuitenkin edelläkävijäyritys voi näistä tiedoista löytää jo suorittamiaan ohjelmia tai järjestelmiä, ja hyödyntää näitä askeleen viisi hyväksynnässä. (Visit Finland 2020.)

Luettavuuden ja visuaalisen ilmeen kannalta www-sivut olivat miellyttävin tiedonhakupaiikka. E-oppaassa esitetyillä taulukoilla saadaan nopeasti tärkeimmät pointit esille ja tämä jo itsessään voi helpottaa suoritettavan sertifiikaatin valintaa. Valinnan kannalta onlinealusta ei vaikuta juuri valintaan. Joskin tietojen ristiriitaisuus vahvistui tämän alustan sertifiikaattivalikkoa tarkastelemalla. Ainoastaan tämä molempiin kohtiin ei vastaus olisi voinut esimerkiksi jättää askeleen merkaamattomaksi tai merkitty erillä tavalla, tarkoittaen sen suorittamisen olevan vielä kesken. Askeleethan saa suorittaa missä järjestyksessä vain, mutta tässä olisi ehkä järkevä hälyttää, jos askeleeseen vastaa tosiaan molempiin kohtiin ei. (Visit Finland 2020; Business Finland 2020j.)

Analyysin tuloksien hyödyntäminen		
<b>E-opas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• usean taulukon yhdistely yhdeksi</li> <li>• esittelyiden yhtenäistäminen www-sivujen kanssa</li> </ul>	<b>Onlinealusta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lisätietojen saamiseksi linkitys yhteen paikkaan</li> </ul>	<b>Www-sivut</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• visuaalisuus (logot)</li> <li>• esittelyiden yhtenäistäminen e-oppaan kanssa</li> </ul>

Kuvio 5. Analyysin tuloksien hyödyntäminen

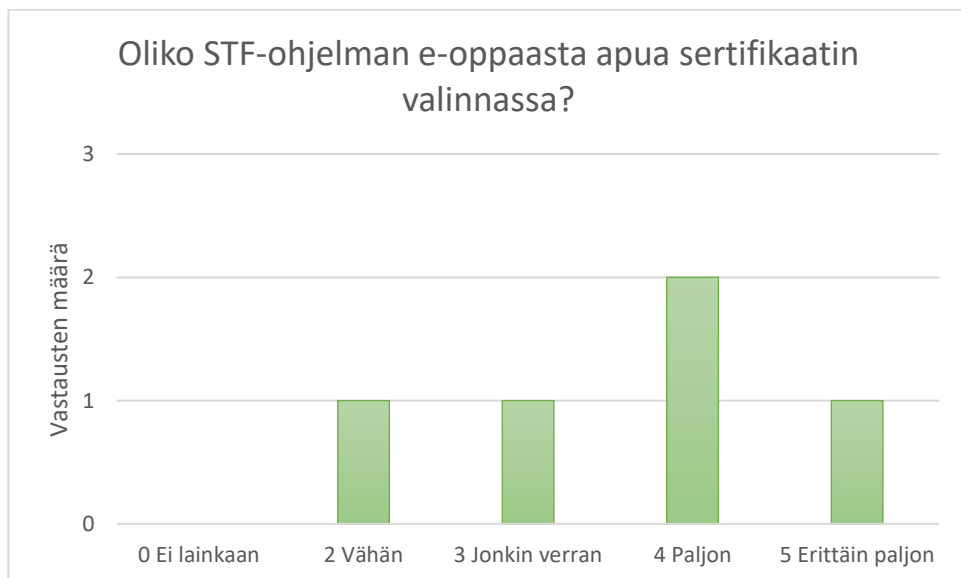
Tärkeimmät tulokset ja johtopäätökset, jotka dokumenttianalysissä tuli esille kerättiin yhteen (Kuvio 5). Näitä hyödynnettiin infopakettien muodostamisessa. E-oppaan ja www-sivujen kirjallista esitystä haluttiin selkiyttää ja yhtenäistää. E-oppaan hyvät ja oleelliset taulukot koettiin myös tarpeelliseksi yhdistää yhdeksi mahdollisimman selkeäksi taulukoksi. Taulukointiin haluttiin edelleen ottaa vain hyväksyttävät sertifiikaatit, ohjelmat ja järjestelmät. Lisätietona olevat muut ohjelmat ja järjestelmät jätettiin pois taulukoinneista, koska niitä ei hyväksytä suoraan osana STF-ohjelman viidennen askeleen suorittamiseksi, eikä niitä ollut tarkastelluissakaan materiaaleissa taulukoituna olettaen samasta syystä. Www-sivujen visuaalisuus ilme logojen kautta koettiin myös tärkeäksi osaksi ja otettiin käyttöön infopakettiin. Osa puuttuneista logoista löydettiin, mutta esimerkiksi ISO 14001 sertifiointin logo jäi epäselväksi ja siksi sitä ei hyödynnetä. Tätä kaikkea koottua materiaalia voisi hyödyntää myös onlinealustalle niin, että lisätieto linkitys riittäisi vain yhteen paikkaan.

Dokumenttianalyysin aikana STF-ohjelmaan oli tullut muutama sertifikaatti ja ohjelma lisää, mikä aiheutti analyysin teossa hieman hankaluutta. Onneksi opinnäytetyötä tekevät kuitenkin huomasivat muutoksen. Näin se saatiin huomioitua myös infopakettin luomisessa. Lisäksi valittavien sertifikaattien jo olemassa olevan suuren määrän kasvu ei oletettavasti tule helpottavaksi tekijäksi. (Visit Finland 2020; Business Finland 2020g.)

### 5.3.2 Tulokset sertifiointin valinnasta -kyselystä

Kyselyyn vastasi 30 yrityksestä viisi (Liite ?). Vastausprosentti on täten vajaa 17 %. Yleistettävyyys koskemaan kaikkia STF-ohjelmaan osallistuneita yrityksiä ei toteudu, mutta yhdistettynä vastauksia omaan analyysiin STF-oppaasta ja toimekiantajan näkemyksiin, voidaan tehdä päätelmiä infopakettia koskien sertifiointin suorittamisen tueksi.

Kyselyn validius kuitenkin toteutui, sillä vastauksia saatiin juuri siihen ongelmaan, mihin sillä pyrittiin saamaan vastauksia. STF-ohjelman e-opas koettiin jokseenkin hyödylliseksi. Asteikolla 1–5 keskiarvoksi saatiin 3,6. Vastauksissa oli jonkin verran hajontaa (Kuvio 6). 3/5 koki e-oppaasta apua huomattavasti.



Kuvio 6. Koettu apu e-oppaasta sertifikaatin valinnassa pylväskuviona

Haasteita merkin valinnassa koki 2/5 vastaajista. Valinnan haasteet kohdistuivat heillä sopivan merkin löytämiseen ja sertifikaattien määrään, joka vaati perehtymistä merkkien sisältöön valinnan tekemiseksi. Tämä on sama tulos, joka saatiin

analysoimalla e-oppaan sisältöä: merkkejä ja tietoa on paljon, joka on esitetty hankalasti. E-oppaan analyysistä enemmän kohdassa 7.1.

Reliaabelius eli luotettavuus tulosten tarkkuuden ja toistettavuuden osalta ei kyselyssä toteutunut vähäisen vastaajamäärän vuoksi. Mikäli vastaajia olisi ollut enemmän olisi tulokset voineet olla hyvinkin erilaiset. Lisäksi tässä kyselyssä on edustettuna lähinnä yksi toimiala, jolloin vastaukset voisivat olla erilaiset muiden toimialojen kohdalla.

Kyselyssä ei käytetty erikoisia termejä tai muuta, mikä olisi voinut jättää suuresti tulkinnanvaraisuutta. Tämä lisää tulosten luotettavuutta. Kyselytutkimus yrityksille myös kysyi selvästi vain askeleen viisi suorittamisesta, joten kysyttiin vain sitä mistä tietoa kaivattiin.

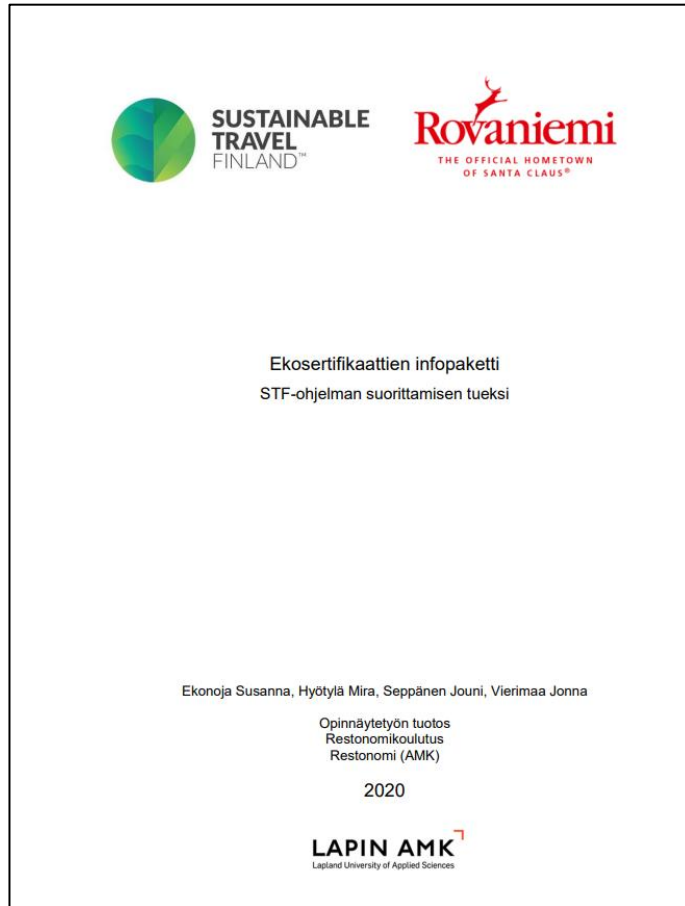
Luotettavuutta nostaa myös oma tulkinta ja analyysi e-oppaasta, joka vastaa niin kyselyn tuloksiin kuin toimeksiantajan havaitsemaan ongelmaan sertifiointin valinnan vaikeudesta. Tästä voi päätellä, että e-oppaan sisältö sertifikaatteihin on riittävä valinnan tekemiseen sertifikaattien välillä, joskin itse sisällön hajanaisuus sekä sertifikaattien määrä voi aiheuttaa vaikeuksia valinnassa ja vaatii hyvää perehtymistä. Yritykset ovatkin antaneet tästä palautetta toimeksiantajalle, joka on havainnut tarpeen tehdä jonkinlainen selkeyttävä opas tukemaan ja helpottamaan sertifikaatin valintaa. Kyselyn tulokset tukevat tätä väitettä.

### 5.3.3 Ekosertifikaattien infopaketti -tuotos

Opinnäytetyön tuotoksena syntyi yksinkertaistettu infopaketti, joka selkeyttää ja kokoaa jo olemassa olevaa tietoa yhteen. Infopaketin tuli olla selkeä ja helppoluokinen, joten siinä edetään loogisessa järjestyksessä toimialoittain. Infopaketti (Liite 3) koostuu sisällysluettelosta, johdannosta, sertifikaateista sekä teoriatiedon lähdesivuista. Lisäksi liitteenä toimii yhtenäinen taulukko kaikista STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista.

Tuotos tarjoaa yritykselle toimialakohtaisen jaon sertifikaateista, joka nopeuttaa ja helpottaa sopivanlaisen sertifikaatin löytämistä yritykselle. Näin ei tarvitse perehtyä kaikkiin ohjelmaan hyväksyttäviin sertifikaatteihin ja ohjelmiin. Tärkeänä

lisänä toimii visuaalinen ilme, jossa on mukana myös sertifikaattien logot. Kannessa on myös hyödynnetty STF-ohjelman, Visit Rovaniemen ja Lapin ammattikorkeakoulun logoja (Kuva 9), jossa näkyy myös tekijöiden tiedot ja vuosiluku.



Kuva 9. Infopaketin kansilehti

Kohderyhmänä olivat STF-ohjelmaa suorittavat yritykset ja tämä pidettiin lähtökohtana infopaketin muodostuksessa. Infopaketti sisältää kaiken tarvittavan tiedon sertifikaateista mitä STF-ohjelmaa suorittavat yritykset voivat tarvita. Se on suunniteltu e-oppaan ja yrityksiltä saatujen vastausten pohjalta. Tuotoksen toteuttamista varten hyödynnettiin jo olemassa olevaa materiaalia dokumentti-analyysin avulla. Taukukoissa onnistuttiin hyödyntämään e-oppaassa tarjottuja näkökulmia sekä tietoja. Infopakettiin saatiin yhdistettyä järkevästi e-oppaan kolmen taulukon tiedot yhteen kokonaisuuteen. Huolella analysoitu sertifikaattien materiaali helpotti infopaketin laatimista ja toimii hyvänä pohjana oppaassa.



Tuotos tulee käyttöön toimeksiantajalle, joka voi tarvittaessa lähettää sen sähköisesti käyttöön STF-ohjelmaa suorittavalle yritykselle. Vaikka infopaketti toteutettiin Microsoft Wordilla, se tallennettiin lopulta pdf-muotoon. Tällöin se on mahdollisimman helppolukuinen ja helposti jaettavissa sähköisesti. Helppolukuisuutta lisää myös sisällysluettelo, josta hiirellä napauttamalla pääsee haluttuun kohtaan. Tämä auttaa navigoimisessa sekä vähentää turhaa selailua. Infopakettia ei ole tarkoitus painaa paperille, vaan se julkaistaan ainoastaan pdf-tiedostona, jonka voi kuitenkin tarvittaessa tulostaa.

Toimeksiantaja voi muokata infopakettia ja sen rakennetta sekä tietoja tarvittaessa asiakaspalautteen tai sertifikaattien lisääntymisen tai tietojen muuttumisen perusteella. Tämä on tärkeää, sillä infopakettia tehtäessä ja suunnitellessa STF-ohjelmaan lisättiin sertifikaatteja ja tietoja päivitettiin. Toimeksiantaja saa infopaketin pdf-tiedoston lisäksi Word-tiedostona, jotta sen päivittäminen olisi helpompaa ja täten käyttöikä kasvaisi.

Infopaketin hyödynnettävyys soveltuu koko matkailualalle huomioiden useat eri toimialat. Sen hyöty korostuu soveltuvan sertifikaatin valinnassa, kun kaikki tarpeellinen tieto soveltuvista sertifikaateista löytyy toimialoittain ryhmiteltynä. Tällaista ei ole tiedettävästi aiemmin tehty. Myös itse STF-ohjelma voisi hyödyntää infopakettia e-oppaassaan.

## 6 EKOSERTIFIKAATTIEN VAIKUTUS ASIAKASKOKEMUKSEEN

### 6.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoiluprosessi muodostuu useista osista. Tuulaniemen (2011, 55) mainitsemassa mallissa vaiheita on viisi: määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi. Moritz (2005, 39) tuo esiin englanninkielisenä versiona discover, define, develop, deliver, joka on käytännön sisällöltään muuten sama, mutta viimeinen, eli arviointivaihe puuttuu omana osanaan. Tiivistetysti sanottuna määrittelyvaiheessa määritellään palvelumuotoilun tavoite ja tutkimusvaiheessa tarkennetaan tavoitetta yhdessä asiakkaiden kanssa. Suunnitteluvaiheessa haetaan erilaisia mahdollisia ratkaisumalleja tavoitteen haasteisiin ja testataan niitä asiakkaiden kanssa. Tuotantovaiheessa lähdetään jo virallisemmalla ja laajemmalla asiakkaista koostuvalla testiryhmällä viemään konsepti markkinoille, jonka jälkeen arviointivaiheessa mitataan koko prosessin onnistumista. (Tuulaniemi 2011, 55–56.)

Kun katsotaan STF-ohjelmaa tämän palvelumuotoiluprosessin mallin mukaan, niin voidaan havaita, että sekä määrittely- että tutkimusvaihe suoritettiin Visit Finlandin Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet -kartoituksen puitteissa. Tuolloin tehtiin kysely sekä sertifioiduille että sertifiomattomille yrityksille niin sanotun sateenvarjomerkin luomisesta ja saaduista vastauksista päätellen tälle näytettiin vahvasti vihreää valoa. Haastatteluissa tarkennettiin palautetta ja käytiin läpi esimerkiksi tulevan merkin kriteeristöä. Myös käytännön ohjeistusta ja koulutusta toivottiin yritysten puolelta. (Business Finland 2018, 31–32.) Näitä saatuja tietoja hyödyntäen ja päivitettyjen kansallisten kestävän matkailun periaatteiden mukaisten linjausten pohjalta STF-ohjelmassa aloitettiin keväällä 2020 pilottivaihe, jota voidaan pitää palvelumuotoiluprosessin suunnitteluvaiheen ja tuotantovaiheen yhdistelmänä. Kesällä 2020 pilottivaihe oli ohi ja siirryttiin kaikille alan yrityksille avoimeen vaiheeseen, eli kokonaan tuotantovaiheeseen. (Business Finland 2020e, 37, 53.) Tätä vaihetta eletessä alkoi myös tämä opinnäytetyö.

Opinnäytetyön elinkaarta pohtiessa voidaan olettaa, että päästään STF-ohjelmassa ensimmäiseen arviointivaiheeseen, jossa mitattaneen lähinnä palvelun

sujuvuutta ja yritysten motivaatiota kestävään kehitykseen mahdollisen alkuinnostuksen jälkeen. Varsinkin kun ottaa huomioon, että kesäkuussa ohjelma siirtyi vapaaseen hakuun ja mukaan lähtevältä yritykseltä ei alussa vielä vaadita erikoisempia suunnitelmia kestävyyttä ajatellen. Muilta osin seuraavassa vaiheessa tulee suhtautua palvelumuotoiluprosessin näkökulmasta olemassa olevan palvelun tai tuotteen kehittämiseen, jolloin voidaan prosessin osa-alueita käydä läpi sovelletusti. (Tuulaniemi 2011, 56.) Opinnäytetyön toisena tehtävänä otettiin mukaan tätä STF-ohjelman vaihettakin tukeva tehtävä, jossa oli tarkoitus tutkia ja arvioida ekosertifikaattien eteen tehtyjen toimenpiteiden vaikutusta asiakaskokemukseen. Voidaan siis sanoa, että palvelumuotoiluprosessin näkökulmasta opinnäytetyö on juuri tätä palvelun kehittämisen vaihetta.

Palvelumuotoiluprosessissa käytettävät työkalut ovat usein samoja kuin yleisesti kehittämistyössä käytetään. Aikaisemmin tässä luvussa mainitun raportin perusteella STF-ohjelman määrittely- ja tutkimusvaiheissa on käytetty onnistuneesti haastattelua ja kyselyä. Opinnäytetyön kokonaisuuden kannalta ajateltuna pelkät kyselyt eivät tietenkään kannata kovin pitkälle, joten täytyy suunnitella käytettäväksi muita työkaluja. Palvelumuotoilussa puhutaan usein työkaluna palvelumallista, eli service blueprintistä. Tämä blueprint on visuaalinen kuvaus asiakkaan palvelupolun vaiheista. Blueprint on monitasoinen ja sisältää monia osia, joista osa näkyy palveluntuottajalle, mutta ei asiakkaalle asti. Oikein tehtynä blueprint on monikäyttöinen työkalu, joka auttaa hahmottamaan palveluntuottajan toiminnan kriittisiä tekijöitä. (Tuulaniemi 2011, 91–93.) Tämä blueprint nähtiin tässä vaiheessa hyvänä mahdollisuutena ja sen mahdollista muotoilua varten lähdettiin suunnittelemaan aineiston keräämistä varten menetelmiä.

Aineiston kerääminen haluttiin rajata todelliseen toimintaympäristöön. Tämä rajaus suunniteltiin koskemaan vastuullisten yritysten internetsivuja, sosiaalisen median kanavia ja yleisimpiä arviointi- ja varaussivustoja, joissa todelliset asiakkaat antavat palautetta kokemuksistaan yrityksen toiminnasta. Menetelmänä tähän valikoitui havainnointi, joka soveltuu tällaiseen ihmisten ja yritysten toimintaa tarkkailevaan tutkimukseen. Havainnointia voidaan hyödyntää myös siinä vaiheessa, kun suhteutetaan yrityksistä etukäteen saatua informaatiota asiakkaiden kokemuksiin. (Ojasalo ym. 2015, 114.)

Havainnointitekniikoista lisäarvoa tuovana nähtiin myös mystery shopping. Mystery shoppingissa ideana on testata käytännön palvelutilanteessa palvelun toimivuutta ja laatua. (Tuulaniemi 2011, 100, 106.) Tämä tehdään niin, ettei kyseisen palvelun toteuttaja tiedä testaavan asiakkaan olevan liikkeellä arviointimielessä, vaan kuvittelee kyseessä olevan tavallinen asiakaspalvelutilanne (Ojasalo ym. 2015, 117).

## 6.2 Opinnäytetyön tehtävän laajentaminen asiakaskokemukseen

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa ilmeni mahdollisuus laajentaa opinnäytetyön aihepiiriä koskemaan myös jo sertifioitujen yritysten vastuullisuusviestinnän näkyvyyttä sekä sertifioinnin vaikutusta asiakaskokemukseen koko maassa, jolloin tämä vaihe opinnäytetyöstä asettui vahvasti myös alkuperäisen toimeksianton alueellisen rajauksen ulkopuolelle. Tämä kuitenkin laajentaa opinnäytetyön näkökulmaa vastuullisuuteen ja sen merkitykseen, joten aihepiirin laajentaminen tukee myös alkuperäistä toimeksiantoa. Vastuullisuuden ja sertifioinnin vaikutuksesta asiakaskokemukseen löytyy taustatietoa luvussa 4.5.

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälainen asiakassegmentti valitsee matkakohteensa ja palvelunsa vastuullisuuden motivaatiopohjalla sekä kuinka äänekäästi tähän liittyvistä asioista viestitään ulospäin. Toisena tutkimuksen kohteena oli vastuullisten toimenpiteiden suhde asiakaskokemukseen. Tässä selvitettiin yritysten vastuullisista toimenpiteistä aiheutuvia positiivisia ja negatiivisia reaktioita asiakkailta, sekä sitä miten vastuullinen toimija vastaa näihin reaktioihin.

Suunnitteluvaiheen aikana pohdittiin potentiaalisimpia menetelmiä ja lähestymistapoja tutkimuksen suorittamiseen. Menetelmistä valikoitui ensin kaksi selvästi luotettavimmalta tuntuva. Näistä kahdesta ensimmäisessä tutkitaan havainnoinnin avulla internetin arviointisivustoilla vahvistettujen asiakkaiden antamia asiakasarvioita yrityksistä ja suhteutetaan näitä tietoja yritysten muuhun vastuullisuusviestintään. Toisena nostettiin mystery shopping, jossa työryhmä vierailisi asiakkaan roolissa näiden vastuullisten toimijoiden konkreettisessa toimintaympäristössä ja kyselee vastuulliseen toimintaan liittyviä kysymyksiä. Tämä menetelmä jätettiin syksyn 2020 koronaviruspandemian toisen aallon aiheuttaman

epävarmuuden aikana kuitenkin pois, mutta kirjattiin jatkokehittämismahdollisuuksiin

Muita harkittuja menetelmiä olivat haastattelu ja kysely. Useat tietoturvatekijät olisivat rajoittaneet näiden menetelmien käyttämisen asiakkaiden kohdalla ja pelkästään yrityksiltä kysyttäessä olisi mahdotonta saada varmasti luotettavaa tietoa asiakaskokemuksesta. Näin ollen menetelmäksi valikoitui jo mainittu asiakasarviointien tutkiminen ja analysointi.

Tutkimuksessa tehtiin toimialarajauksessa karkea jako kolmeen: majoituspalvelut, ohjelmapalvelut ja muut. Näin saatiin analysoitua toimialakohtaisesti tuloksia sekä peilaamalla toimialojen tuloksia keskenään. Toki ryhmän ”muut” kohdalla vaadittiin analysoinnissa tarkkuutta. Toinen selkeä rajaus oli annettujen asiakasarvioiden julkaisuaika. Tämä päätettiin rajata koskemaan vuosia 2019 ja 2020, koska mahdollisesti tällä hetkellä sertifioituilla yrityksillä ei sertifiointia ole ollut ennen näitä vuosia ja tutkimuksessa tulee lähtökohtaisesti hyödyntää uusinta olemassa olevaa tietoa. Annettua aikarajasta ohjattiin painottamalla vuotta 2019 ja alkuvuotta 2020, koska vuoden 2020 alkuvuoden jälkeisellä matkustusrajoitusten aikakaudella monien ohjelmapalveluyritysten toiminta on ollut olematonta tai vähäistä. Lisäksi sekä ohjelmapalveluissa että majoituspalveluissa kotimaanmatkailijat olisivat tällä aikakaudella selvästi yliedustettuina tavanomaiseen tilanteeseen verrattuna, joten arviointien luotettavuus kärsisi.

Suunnitelmavaiheessa nähtiin palvelumalli (service blueprint) mahdollisena lopputuotoksena. Tarkemmassa suunnittelussa ilmeni, että yhtenäistä palvelumallia on erittäin haastava tehdä eri toimialoille, joten tuotos alkoi muotoutumaan raporttimaiseen muotoon. Vaikka tämä opinnäytetyö käsitteleekin vastuullisuutta monitasoisesti, nähtiin tämän osuuden lopputuotos järkevimmäksi muotoilla omaksi raportikseen (Liite 4). Raportin pääkohtia käsitellään tiivistetysti seuraavassa luvussa.

### 6.3 Ekosertifikaattien vaikutus asiakaskokemukseen -raportti

Sertifikaattien ja vastuullisuusviestinnän näkyvyydestä ja vaikutuksesta asiakaskokemukseen koostettu raportti sisältää opinnäytetyön kannalta tärkeitä tuloksia, mutta on kokonaisuutena painoarvoon suhteutettuna liian laaja sisällytettäväksi

varsinaiseen työhön, joten sen lisääminen liitteeksi oli perusteltua. Kyseisen raportin (Liite 4) hyödyntäminen on tarkoitus mahdollistaa ilman tämän opinnäytetyön käsittelyä, joten se on sisällöltään oma kokonaisvaltainen teos vastuullisuusviestinnän näkyvyyden aiheesta.

Raportin tutkimuskohteina oli monia erikokoisia toimijoita aina pienistä ohjelmapalveluyrityksistä suuriin hotelliketjuihin. Tutkimuksessa painotettiin puolueettomuutta, eikä ketään yksittäistä toimijaa lähdetty mustamaalaamaan. Lisäksi alkuperäiseen toimeksiantoon suhteutettuna tässä käsiteltiin sertifioituja toimijoita toimialakohtaisesti, kun taas toimeksiannon tehtävässä käsiteltiin pitkälti nimenomaan itse sertifikaatteihin liittyviä asioita. Tutkimus suoritettiin asiakasarviointeja analysoimalla ensisijaisesti suosituimpien arviointisivustojen kuten TripAdvisor ja Booking.com tarjoaman informaation kautta.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 7.1 Luotettavuus

Määrällisessä tutkimuksessa luotettavuutta katsotaan kahdelta kannalta. Tutkimuksen luotettavuus tunnetaan käsitteenä reliabiliteetti. Tutkimuksen pätevyys tiedetään taas validiteettina. Reliaabelius tarkoittaa tulosten tarkkuutta eli mitaustulosten toistettavuutta sekä ei-sattuman varaisia tuloksia. Tulos täytyy siis saada samaksi tutkijasta riippumatta. Validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata juuri sitä, mitä oli tarkoituskin. Kaiken tutkimuksessa on siis oltava yhtäpitävästi määriteltyjä, erityisesti käsitteiden ja ajatuskokonaisuuksien. Pätevyys ja luotettavuus koostavat yhdessä kokonaisluotettavuuden. Kun tutkimus on pätevä ja luotettava, on kokonaisluotettavuus hyvä. Tärkeää on myös ottaa kantaa virheisiin. (Vilkkä 2015.)

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuutta arvioidaan hieman toisin. Tulkinta voidaan yleistää teesiksi, maksimiksi tai ohjeeksi. Se voi olla myös tematisoitu laatu tai laatujen rakentuminen. Luotettavuus ilmenee, kun tutkimuskohde ja tulkittu materiaali ovat yhteensopivia. Luotettavuutta arvioidaan koko prosessin ajan, suhteessa teoriaan, analyysitapaan, tutkimusaineistoon, tutkimiseen, tulkintaan, tuloksiin ja johtopäätöksiin. Toistettavuus on saavutettavissa, kun tutkija ja lukija pääsevät samaan tulokseen. Puolueettomuusnäkökulma on myös muistettava, joten tutkijan roolilla ja arvoilla on merkitystä. (Vilkkä 2015.) Kyselytutkimuksessa luotettavuuteen vaikuttavat sisällölliset, tilastolliset, kulttuuriset, kielelliset ja tekniset seikat (Vehkalahti 2014, 40).

Luotettavuuteen kiinnitettiin huomiota opinnäytetyöprosessissa koko toteutuksen ajan ja se arvioitiin työn lopussa. Etenkin toteutusvaiheessa kyselyn suhteen luotettavuus ja toistettavuus korostui. Lisäksi johtopäätökset ja tulokset pohdittiin kokonaisluotettavuuden kannalta työn lopussa.

Opinnäytetyön rakentamisessa on pääasiassa käytetty lähteitä, jotka ovat korkeintaan neljä vuotta vanhoja. Teoriaosuuden kokoamisessa on käytetty myös muutamia kansainvälisiä lähteitä, jotka lisäävät työn luotettavuutta. Kansainvälisten lähteiden kääntämisessä on toimittu huolella ja käännökset on pyritty tekemään mahdollisimman tarkasti ja luotettavasti.

## 7.2 Tulokset ja tuotokset

Tuloksia saatiin dokumenttianalyysistä ja kyselystä. Näitä tuloksia hyödynnettiin infopaketin tuottamisessa. Isossa roolissa tiedonkeruuta toimivat toimeksiantajan sekä Business Finlandin edustajat, jolta saimme tarvittaessa lisätietoa ja STF-ohjelman e-oppaan sekä onlinealustan käyttöön. Toisena tuotoksena opinnäytetyössä oli raportti. Tässä tulokset saatiin havainnoimalla.

Toteutus poikkesi lopulta suunnitelmasta työn tavoitteiden ja rajauksen tarkennettua sekä aikataulutusta tuli hieman myöhässä. Toteutusvaihe eteni kuitenkin koko ajan loogisesti eteenpäin ja menetelmät tukivat toteutusta. Dokumenttianalyysi menetelmänä sopi hyvin tarkasteltavaksi Business Finlandin tarjoamien materiaalien sekä www-sivujen analysointimenetelmäksi. Tämä menetelmä todensi tarpeen myös kyselytutkimukselle. Dokumenttianalyysi yhdessä kyselyn tuloksien kanssa antoivat hyvät ja selkeät lähtökohdat infopaketin luomiselle.

Dokumenttianalyysi oli lopputuloksen kannalta erittäin oleellinen ja sen käyttö oli perusteltua ja tarkoituksenmukaista. Tätä menetelmää olisi voinut hyödyntää myös laajemmassa dokumenttianalyysissä, esimerkiksi analysoiden koko e-oppaan ja onlinealustan, saaden analyysistä syväluotaavamman sen monimuotoisuuden kautta. Mutta tämä ei ollut opinnäytetyön tehtävän ja tavoitteen kannalta oleellista. Lisäksi analyysiä olisi voinut syventää suoraan sertifikaatteihin ja näillä tuloksilla pyrkiä entisestään helpottamaan suoritettavan sertifikaatin valintaa.

Opinnäytetyössä käytettiin useita menetelmiä ja vaikka suunnitelluista menetelmistä jäikin osa perustellusti pois, ei lopputulos kärsinyt. Työtapoja hyödynnettiin laajasti ja muovattiin prosessin edetessä sopiviksi. Käytetyillä menetelmillä olisi voinut myös päästä vielä syvemmälle aiheeseen, jos käytössä olisi ollut isommat resurssit. Lisäksi poisjätetyillä, mutta mainituilla menetelmillä, olisi etenkin liitteenä olevasta raportista saanut syväluotaavamman. Uusia työtapoja tässä opinnäytetyöprosessissa ei tarvinnut kehittää, kun olemassa olevia voitiin hyödyntää laajasti.

Käytettyjen menetelmien tuloksia hyödynnettiin tuotoksien teossa kiitettävästi. Menetelmistä saadut tulokset myös tukivat toisiaan, kun niitä yhdisteltiin ja ver-



tailtiin. Täten tulokset todettiin luotettaviksi ja tutkimuksissa voidaan kokea onnistuneen. Tuotoksista infopakettia voi hyödyntää toimeksiantajan lisäksi myös isompi organisaatiotaho. Infopaketti luotiin selkeyttämään ja yhdistämään tietoja. Käytettyjen menetelmien avulla tämä toteutui. Tuotos toteutettiin myös sellaisin välinein ja teknisin toteutuksin, että toimeksiantaja osaa myös halutessaan itse jatkojalostaa tuotosta. Lisäksi tuotoksessa huomioitiin lukija esimerkiksi navigoivan sisällysluettelon avulla. Näin ollen haluttu täsmällinen tieto on helpommin saatavilla. Infopaketti on täysin valmis käytettäväksi. Lisäksi tuotettu raportti antaa lisäarvoa matkailualalle ja alan yrityksille.

Kysely oli menetelmällisesti tärkeä ja oleellinen vaihe. Sen avulla todennettiin sertifikaatin valintaan liittyviä ongelmia. Joskin kysely olisi jälkikäteen ajateltuna voitu hieman tarkemmin toteuttaa. Kyselyn analyysissä Likertin asteikko sopii keskiarvon laskentaan e-oppaan koetun avun mittaamisessa, mutta mittausvirheiden vaikutuksien hälventämiseksi ja laadun varmistamiseksi olisi se vaatinut tarkentavan kysymyksen kuten minkälaista apua koit e-oppaasta. Näin olisi saatu konkreettisia vastauksia siihen, minkälaisiin asioihin e-oppaasta on ollut hyötyä. Toki, kyselyn tekemisen päätös tuli sen verran myöhään opinnäytetyön prosessiin nähden, että sen laatiminen tapahtui hyvin nopealla aikataululla ja se oli saatava nopeasti eteenpäin. Täten suunnitteluun käytetty aika oli rajallinen eikä kaikkia näkökulmia voitu huomioida sen suunnittelussa. Kysely kuitenkin kaiken kaikkiaan onnistui ja vastauksia saatiin nimenomaan haasteiden esiintuomiseen. Vaikka vastauksia saatiin vähän, tulokset tukivat dokumenttianalyysiä. Täten kyselytutkimus vahvisti infopaketin ideointia ja toteutusta.

Infopaketin rakentaminen osoittautui kokonaisuudessaan mielenkiintoiseksi, mutta haastavaksi tehtäväksi. Haasteita toivat etenkin sertifikaattien suuri määrä sekä joidenkin sertifikaattien tietojen uupuminen. Lisäksi tietoperustat hieman muuttuivat opinnäytetyöprosessin aikana. Tietojen saamiseksi opinnäytetyön tekijät ottivat yhteyttä suoraan kyseisen sertifikaatin myöntäjään, mikä kertoo itseohjautuvuudesta ja asiantuntevasta toiminnasta. Lisäksi yhteyksiä otettiin myös suoraan sertifiointi tahoihin, joten kansainvälinen asiantuntijaviestintä toteutui myös opinnäytetyöprosessissa. Yhdeksi haasteeksi koettiin, kun toteutusvaiheessa STF-ohjemaan hyväksyttäviä sertifikaatteja ja ohjelmia tuli muutamia li-

sää. Vaikka kyseessä on infopaketti, olisi aihe laajuudeltaan riittänyt neljän hengen opinnäytetyöksi. Työtä piti rajata "rankalla kädellä" ja sertifikaattien avaaminen jäi lopulta pintaraapaisuksi siitä, mitä alun perin opinnäytetyön tekijöillä oli tarkoitus saada aikaan. Infopaketti kuitenkin valmistui toimivana ja selkeänä, eli toimeksianto täyttyi ja tavoitteisiin päästiin.

Ekosertifikaattien vaikutus asiakaskokemukseen matkailualalla -raportin tuloksista voidaan päätellä, että monilla sertifioituilla toimijoilla on paljon parannettavaa vastuullisuusviestinnän toteutuksessa. Hotelliketjujen hotellien väliset erot viestinnän toteutuksen laadussa kertovat karua kieltä vastuullisuuden osuudesta työntekijöiden perehdytykseen. Voisikin olettaa, että varsinkin ketjutason perehdytysmateriaalin luominen vastuullisuusviestinnän tueksi loisi edellytykset tasa-laatusempaan ja laadukkaampaan vastuullisuusviestintään. Raportin tuloksia kannattaa mahdollisesti laajentaa ja tarkentaa tässäkin opinnäytetyössä potentiaalisena pidetyllä mystery shoppingilla, joka toimisi jo käytettyä asiakasarviointien analysointia täydentävänä tekijänä ja veisi tutkimuksen lähemmäksi vastuullisen toimijan konkreettista toimintaympäristöä. Raportti on kokonainen oma tuotoksensa ja sisältää tarkemmat päätelmät tutkimuksesta ja jatkokehittämissuhteita.

## 8 POHDINTA

Tutkimuksen tehtävänä oli helpottaa yritysten ekosertifikaattien valintaa tuottamalla infopaketti Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksyttävistä sertifikaateista, ohjelmista ja järjestelmistä toimeksiantajalle. Tätä varten tehtiin dokumenttianalyysi STF-ohjelman-oppaalle, onlinealustalle sekä www-sivuille. Lisäksi tehtiin kyselytutkimus ohjelmaa suorittaville ja suorittaneille yrityksille, jossa haluttiin selvittää mahdollisia haasteita valinnan suhteen. Näitä tuloksia verrattiin ja niiden avulla muodostettiin PDF-muotoinen infopaketti. Infopaketissa esitellään kirjallisesti sekä taulukkomuodossa oleelliset tiedot sertifikaatin valintaa ajatellen. Infopaketti löytyy kokonaisuudessaan liitteenä 3.

Toinen tutkimustehtävä oli selvittää vastuullisten toimenpiteiden näkyvyyttä asiakaskokemuksessa. Tätä selvitettiin tekemällä analyysiä suosituimmille arviointisivustoille. Tässä käytetyn havainnointimenetelmän avulla saatiin aineistoa, jonka pohjalta kirjoitettiin tuotokseksi raportti. Saman aiheen tutkimus sisältää kasvavassa määrin jatkokehittämismahdollisuuksia, kun vastuullisten matkailualan toimijoiden määrä kasvaa ja vastuullisten toimenpiteiden tuntemus asiakkailla paranee. Tämä raportti tarkempine jatkokehittämissuhteineen löytyy kokonaisuudessaan liitteenä 4.

Opinnäytetyö prosessina onnistui ja siinä vastattiin toimeksiannossa annettuun tehtävään perustellusti ja johdonmukaisesti. Opinnäytetyön tekijät laativat itse lisäarvoa tuottavan tehtävän, jonka toimeksiantaja hyväksyi toteutukseen. Opinnäytetyölle saatiin selkeä rajaus ja tavoitteet, vaikka niitä prosessin aikana tarkennettiin. Toisen tehtävän toteutus jäi alkuperäisestä suunnitelmasta hieman, kun mainittu mystery shopping -osuus jouduttiin koronatilanteen vuoksi jättää toteuttamatta. Tämä on huomioitu tutkimuksen jatkokehitysehdotuksissa.

Asiakaskokemuksen tutkiminen vastuullisuusviestinnän onnistumisen näkökulmasta tuki hyvin toimeksiantoa, koska vastuullisten asiakassegmenttien tavoittaminen on vastuullisella toimijalla useimmiten prioriteettilistalla korkealla. Tätä väitettä taas tukee jo itse STF-ohjelma, joka on muodostettu vastuullisten toimijoiden aktiivisen tarpeen takia, kuten aiemmin on kerrottu.

Prosessi kulki aikataulullisesti koko ajan hieman annettua myöhässä, mutta työskentelyn eteneminen kuitenkin tapahtui hallitusti ja suunnitellusti. Toisaalta suunniteltu prosessimainen eteneminen ei toteutunut, koska lisäarvoa tuovaa raporttia lähdettiin toteuttamaan suunniteltua aikaisemmin. Tähän perusteluna oli molempien tuotoksien loppuun saattaminen annetussa aikataulussa. Loppujen lopuksi, tämän sisäisen raportin saattaminen jäi yhden henkilön vastuulle, koska työelämälähtöisesti annettu toimeksianto veikin runsaasti enemmän aikaa kuin oli ajateltu. Toisaalta tähän annettuun toimeksiantoon olisi voinut käyttää huolelta kaikkien opinnäytetyötä tekevien resurssit alusta alkaen. Vaikka prosessin sisäinen aikataulu muuttuikin, opinnäytetyö valmistui ajallaan onnistuneesti.

Vaikka ryhmä ei täysin pysynyt annetussa tai itse suunnittelemassaan aikataulussa prosessin aikana, tilanteisiin reagoitiin kuitenkin kiitettävästi. Tästä esimerkkinä luotiin tarpeellinen kyselytutkimus sekä tietoperustan jatkuva päivittäminen ja täydentäminen. Lisäksi prosessin alussa kerrottiin, että e-opasta tai onlinealustaa ei saada tarkasteluun. Lopulta näihin kuitenkin päästiin käsiksi, mutta tässä menetettiin kallisarvoista työskentelyaikaa.

Suurimpana ajankäytön haasteena koettiin kuitenkin sertifikaatit. STF-ohjelmaan hyväksyttävien sertifikaattien avaamiseen meni runsaasti aikaa, mitä ei ehkä opinnäytetyötä suunnitellessa tultu ajatelleeksi. Tätä työtä aloitteli aluksi yksi ryhmän jäsenistä, mutta lopulta työhön tarvittiin kaksi, jotta saatiin edes jollakin tasolla sertifikaatit avattua. Sertifikaateista, ohjelmista ja järjestelmistä löytyvää tietoa oli hallittava hurja määrä löytääkseen oleellisen ja joidenkin tietojen löytämiseksi piti tehdä suurempiakin ponnisteluja. Tämän sertifikaattien avaamisen loppuunsaattaminen ryhmää miellyttävästi jäi hieman vajaaksi, mutta kaikki oleellinen lopputuotosta ajatellen saatiin kuitenkin kasaan. Tarkemmalla paneutumisella ja isommilla resursseilla olisi voitu saada parempaa analyysiä itse sertifikaateista, kun nyt analysointi kohdistui tässä opinnäytetyössä lähinnä asioiden esittämiseen. Tämä ei kuitenkaan heikennä lopputuotoksen arvoa tai onnistumista. Sertifikaateista tehtyyn lopputuotokseen tarvittiin kuitenkin kolmannenkin tekijän panostus, jotta se saatiin tekijöitä tyydyttävällä tavalla valmiiksi.

Tietoperustaa kerättiin koko prosessin ajan lähdekriittisesti ja lähteiksi saatiinkin pääasiassa tuoretta lähdeaineistoa. Vanhimmatkin lähteet ovat niin sanottuja perusteoksia, jotka asiasisällöllisesti ovat edelleen relevantteja. Vieraskielisiä lähdeaineistojakin on myös hyödynnetty. Käsitteistö ja määrittely on asiantuntevaa ja sitä on hyödynnetty useassa kohtaa opinnäytetyötä. Tietoperusta on todettu työn vahvuudeksi alusta alkaen ja se näkyy toteutuksissa relevantteina perusteluina.

Kokonaisuutena opinnäytetyö toteutui eettisenä ja luotettavana. Tutkimusvilppiä ei tapahtunut ja hyvistä käytänteistä pidettiin kiinni koko prosessin ajan. Toimeksiantajan suhteen ei ollut eturistiriitaa ja toiminta oli avointa sekä rehellistä. Arkietiikka myös toteutui opinnäytetyön tekijöillä. Prosessi tapahtui läpinäkyvänä ja objektiivisena. Tämän opinnäytetyön kokonaisuudessaan voi toistaa lähes kuka vain samanlaisin toteutuksin saaden samat tulokset.

Yhteistoiminnallisuus työelämän ja opinnäytetyöntiimin välillä onnistui kiitettävästi. Toiminta oli avointa ja vastavuoroista. Esimerkiksi prosessin alussa, kun tiedettiin toimeksiantajalla olevan kesälomia ja syksyllä toimipisteen muuttoa, oli helppo aikatauluttaa yhteydenottoja toimeksiantajan edustajaan. Toimeksiantajan edustajan kanssa saatiin ohjaushetkiä toteutettua ja yhteydenpito sähköpostitse toimi. Yhteistoiminnallisuutta tuli myös isomman organisaation, Business Finlandin kanssa, kun yhteydenotto tapahtui tiimin toimesta, eikä toimeksiantajan edustajan tarvinnut tässä alkaa välikädeksi. Tämä yhteydenpito tapahtui sähköpostitse.

Ryhmän työskentely oli lähes saumatonta. Kaikki neljä opinnäytetyön tekijää osallistuivat työskentelyyn ja palavereihin, joita ryhmä piti keskenään. Yhteydenpito ja toiminnan eteneminen oli yhtenäistä lähes loppuun saakka. Tiet haaruivat, kun toimeksiannon täyttämiseen tarvittiin lisää resursseja. Ryhmän toimintaperiaatteet olivat kaikilla yhteneväiset, joskin toimintatapaeroja löytyi prosessin edetessä. Esimerkkinä tiedon jakaminen. Osa halusi jakaa kaiken työstämänsä kaikkien kommentoitavaksi heti, kun osa taas halusi hioa omaa tekstiään enemmän ennen julkituontia. Aluksi rajattiin melko tarkasti työtehtäviä, etenkin tietoperustaa kirjoittaessa. Sittemmin rajat alkoivat kuitenkin häilyä, jotta dokumenttianalyysiin ja infopakettien muodostamiseen saatiin rikkautta useasta mielipiteestä

ja näkökulmasta. Tällaisen kriittisen pohdinnan tuloksena syntyi hyvät lopputulokset. Kun sertifikaattien kanssa ilmennyt ongelma tuli ilmi, ryhmässä joustettiin ja lopulta kolmen tekijän resursseilla saatiin virallinen toimeksianto täytettyä. Infopakettin muodostamisessa hyödynnettiin opinnäytetyön tekijöiden erilaista osaamista. Esimerkiksi tietotekninen osaaminen oli yhden tekijän erityisosaaamista, jota hyödynnettiin taulukoiden, kyselyn ja infopakettin toteutuksessa. Neljän hengen ryhmä oli siis ehdoton voimavara kokonaisvaltaisessa työskentelyssä. Työskentely oli avointa ja aktiivista, mutta myös ammattimaista ja päämäärätietoista.

Työssä ennakoitiin ilmeneviä riskejä, kuten tiukka aikataulu ja yhteisen ajan puute. Yhteydenpito ryhmäläisten kesken tapahtui tietokoneen ja puhelimen välityksellä. Työskentelyä pyrittiin helpottamaan käyttämällä OneDrive-sovellusta, jonka avulla pystyi työstämään opinnäytetyönraporttia sekä opasta yhdessä.

Kun toimeksianto rajautui tarkemmin ja menetelmillä oli saatu lisäarvoa, oli toimeksiannosta suoriutuminen itsenäistä ja vastuullista. Nämä näkyivät toiminnan etenemisenä ja haluna suoriutua tehtävästä kiitettävästi. Toimeksianto haluttiin toteuttaa niin hyvin, että se hyödyttäisi myös isompia organisaatioita Visit Finlandia ja Business Finlandia. Luotu infopaketti on tehty niin, että se kattaa, kokoaa ja selkeyttää kaikki tähän asti monessa eri muodossa ja paikassa esitetyn tiedon. Aivan kaikkia ristiriitoja ei saatu ratkaistua, eikä ihan kaikkea nippelitietoa hallittua. Tämä ei vaikuta kuitenkaan suuresti lopputulokseen tai siinä onnistumiseen.

Ryhmän sisäinen ajatus isomman organisaation hyötymisestä voisi siis täytyä. Toimeksianto on täytetty itsenäisellä, itseohjautuvalla ja vastuullisella otteella. Ryhmä olisi ollut vielä valmis hiomaan entisestään työtä, mutta ymmärsi myös sen, että jatkojalostaminen on myös mahdollista esimerkiksi jatkotutkimusideana. Ryhmällä on tietoutta ajankohtaisesta sekä tulevaisuuden tärkeästä aihepiiristä. Ryhmä myös tuotti työelämälähtöisesti opinnäytetyön, johon lisättiin vielä lisämaustetta.

Jatkotutkimusehdotuksina voisi olla esimerkiksi sertifikaattien tarkempi analysointi esimerkiksi selvittämällä tarkemmin kriteeristöjä ja vaatimuksia. Tämän

avulla voitaisiin vielä paremmin kohdistaa esimerkiksi sitä, minkälaiselle yritykselle se voisi sopia. Tämän voisi visuaalisesti saada toteutumaan myös nyt tuotettuun infopakettiin, esimerkiksi jonkinlaisen pisteytyksen tai rankingin avulla.

## LÄHTEET

Biosphere Tourism 2020a. The certification of tourism sustainability. Viitattu 2.9.2020. <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification/83>.

– 2020b. Biosphere Certification Standards. Viitattu 2.9.2020. <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification-standards/99>.

Business Finland 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Viitattu 15.7.2020. [https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti\\_selvitys\\_kestavan\\_matkailun\\_nykytila\\_ja-kehittamistarpeet-...pdf](https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-...pdf).

– 2020a. Visit Finland. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa. Viitattu 5.9.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/visit-finland/>.

– 2020b. Sustainable Travel Finland. Vastuullisen matkailun puolesta. Viitattu 5.9.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/>.

– 2020c. Vastuullisuus. Kestävyys matkailuvalttina. Viitattu 5.9.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti/>.

– 2020d. Matkailualalle ensimmäiset Sustainable Travel Finland -merkit. Tiedote 01.06.2020. Viitattu 5.9.2020. <https://www.businessfinland.fi/ajankoh-taista/uutiset/tiedotteet/2020/matkailualalle-ensimmaiset-sustainable-travel-finland--merkit/>.

– 2020e. Sustainable Travel Finland -työkalut webinaarin diat. Viitattu 15.7.2020. <https://www.businessfinland.fi/49889b/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/stf-tyokalut-webinaari-marketta-viljasaari-21.4.2020.pdf>.

– 2020f. Kestävän kehityksen yritysopas. Viitattu 23.9.2020. [https://www.businessfinland.fi/48e735/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan\\_kehityksen\\_yritysopas\\_a4-v5\\_web.pdf](https://www.businessfinland.fi/48e735/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_kehityksen_yritysopas_a4-v5_web.pdf)

– 2020g. Taattua Laatua. Tutustu matkanjärjestäjillä käytössä oleviin laatujärjestelmiin. Viitattu 1.9.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat/>.

– 2020h. Laadunkehittämisohjelma. Menestyvän yrityksen tärkein perusta on tyytyväinen asiakas. Viitattu 2.10.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/laadunkehittamisohjelma/>.

– 2020i. Viesti vastuullisuudesta. Viitattu 4.10.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/viesti-vastuullisuudesta/>.



– 2020j. Tervetuloa Sustainable Travel Finland -online alustalle! Vastuullisen matkailun puolesta. Viitattu 25.10.2020. <https://authtest.sustainabletravel.businessfinland.fi/login>

Ekokompassi 2020. Ekoko.mpassin 10 kriteeriä. Viitattu 2.9.2020. <https://ekokompassi.fi/ymparistojarjestelma/10-kriteeria/>.

EUROPARC Federation 2020. European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. Good for Parks, Good for People! Viitattu 29.9.2020. <https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>

Forum Anders Reisen 2019a. Philosophie. Viitattu 5.9.2020. <https://forumandersreisen.de/ueber-uns/philosophie/>.

– 2019b. Kriterienkatalog. Viitattu 5.9.2020. <https://forumandersreisen.de/ueber-uns/kriterienkatalog/>.

García-Rosell, J. 2017. Matkailu ilmiönä: Vastuullinen matkailu. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 229–234.

Garcia-Rosell, J-C., Hanni-Vaara, P., Iivari, P., Linna, E., Satokangas, P., Tapaninen, M. & Tekoniemi-Selkälä, T. 2017. Ministry of Economic Affairs and Employment Enterprises and Regional Development Department. Tourism Quality and Sustainability Programmes, Labels and Criteria in the Barents Region. Viitattu 29.9.2020. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79212/TEMrap\\_8\\_2017\\_verkkojulkaisu.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79212/TEMrap_8_2017_verkkojulkaisu.pdf)

GEO Foundation 2020. Certification. Viitattu 3.9.2020. <https://sustainable.golf/vision/action/certification>.

Global Sustainable Tourism Council 2020a. GSTC for Hotels and Accommodations. Viitattu 29.9.2020. <https://www.gstcouncil.org/for-hotels-accommodations/>

–2020b. GSTC for Tour Operators. Viitattu 29.9.2020. <https://www.gstcouncil.org/for-tour-operators/>

Green Globe 2020a. Certification Levels. Viitattu 3.9.2020. <https://greenglobe.com/certification-levels/>.

– 2020b. Standard Criteria and Indicators. Viitattu 3.9.2020. <https://greenglobe.com/standard/>.

– 2020c. Green Globe Certification. Viitattu 3.9.2020. <https://greenglobe.com/green-globe-certification/>.

Green Key 2020a. Green Key ja Green Activities hakemusprosessin eteneminen ja päätöksenteko. Viitattu 3.9.2020. <http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>.

Green Key 2020b. Green Activities kriteeristö 2020. Viitattu 3.9.2020. [http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2020/05/GreenActivities-kriteerist%C3%B6\\_2020.docx](http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2020/05/GreenActivities-kriteerist%C3%B6_2020.docx).

Helsinki Declaration 2020. Suomen matkailuelinkeinon kestävän kehityksen sitoumus. Viitattu 2.10.2020 <http://www.smal.fi/loader.aspx?id=f56740cf-8df4-4976-b345-2c639d1a4347>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hostelling International 2020. Sustainable Hostelling. Viitattu 4.9.2020. <https://www.hihostels.com/pages/535>.

Jokinen, M., Andersson, J. & Hillgrén, A. 2014. Yritysvastuusta kilpailuetua -oppimateriaali. Turun yliopisto 2014. Viitattu 4.10.2020. [http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Vastuullisuusviestinnan\\_oppimateriaali.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Vastuullisuusviestinnan_oppimateriaali.pdf).

Julkunen, H. 2020. WWF Suomi. Asiantuntijablogi. Mittaaminen luo pohjan vaikuttavalle ympäristötyölle. Viitattu 5.9.2020. <https://wwf.fi/greenoffice/tarina/mittaaminen-luo-pohjan-vaikuttavalle-ymparistotyolle/>.

Leave No Trace 2020. Why Leave No Trace? Problems we solve. Viitattu 2.10.2020 <https://lnt.org/>.

Metsähallitus 2016. Luontopalvelut. Kestävän matkailun periaatteet. Kansallispuistot, luonto- ja historiakohteet sekä maailmanperintökohteet. Viitattu 5.9.2020. [https://www.businessfinland.fi/4aa9a3/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan\\_matkailun\\_periaatteet\\_2016.pdf](https://www.businessfinland.fi/4aa9a3/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_matkailun_periaatteet_2016.pdf).

Metsähallitus 2020. Maa ja vedet. Kansallispuistot. Viitattu 1.11.2020 <https://www.metsa.fi/maat-ja-vedet/suojelualueet/kansallispuistot/>

Microsoft 2020. Ohjekeskus: Forms. Viitattu 30.11.2020. <https://support.office.com/fi-fi/forms>.

Moritz, S. 2005. Service Design, Practical access to an evolving field. Lulu.com.

Mush with pride 2020. Join Mush with pride. Viitattu 2.10.2020 <https://mushwithpride.org/>

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pasanen, K. 2020. Vastuullisuusviestinnällä kohti kestävämpää matkailua. Teoksessa H. Konu, J. Pesonen & H. Reijonen (toim.) Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 99–124.

Penz, E., Hofmann, E., & Hartl, B. 2017. Fostering Sustainable Travel Behavior: Role of Sustainability Labels and Goal-Directed Behavior Regarding Touristic Services 2–5. Viitattu 30.10.2020 <https://doi.org/10.3390/su9061056>

Pidä Saaristo Siistinä ry 2020. Roope-satama on ympäristöystävällinen satama. Viitattu 5.9.2020. <https://www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat>.

Pro Pilvipalvelut 2020. ISO 14001 nivoo ympäristöasiat osaksi johtamista ja suunnittelua. Viitattu 6.9.2020. <https://www.ymparistojarjestelma.com/>.

Protect our winters 2020. Viitattu 2.10.2020 <https://www.protectourwinters.fi/>.

Responsible Tourism Institute 2020. About Us. What is The Responsible Tourism Institute? Viitattu 2.9.2020. <https://www.responsibletourisminstitute.com/en/about-us/6>.

Sivonen, M., 2017. Dokumenttianalyysi tutkimusmenetelmänä terveystieteissä. Kuvaileva kirjallisuuskatsaus. Pro gradu -tutkielma. Itä-Suomen yliopisto. Viitattu 6.9.2020. [https://epublications.uef.fi/pub/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20170525/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20170525.pdf](https://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20170525/urn_nbn_fi_uef-20170525.pdf).

Suomalaisen Työn Liitto 2020. Avainlippu. Viitattu 29.9.2020. <https://suomalainentyo.fi/yrityksille/avainlippu/>

Suomalaisen Työn Liitto 2019. Avainlippu-merkin säännöt. Viitattu 29.9.2020. <https://suomalainentyo.fi/yrityksille/avainlippu/avainlipun-saannot/>

Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry. 2020a. Suomen luontomat- kailuyhdistys. Viitattu 2.9.2020. <https://luomumatkailu.fi/suomen-luomumatkailuyhdistys/suomen-luomumatkailuyhdistys/>.

Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry 2020b. Laatu ja kestävyys luomumatkailussa. Viitattu 2.9.2020. <https://luomumatkailu.fi/laatu-ja-kestavyys-luomumatkailussa/>.

Travelife Accommodation Sustainability 2020a. Six steps to better business. Viitattu 28.9.2020. <https://travelifestaybetter.com/how-it-works/>

–2020b. The Travelife certification process. Viitattu 28.9.2020. <https://travelifestaybetter.com/the-certification-process/>.

–2020c. The Travelife checklist. Viitattu 28.9.2020. <https://travelifestaybetter.com/the-travelife-standard/>.

Travelife Sustainability in tourism 2020a. Certifikation. Viitattu 28.9.2020. [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=certification&lang=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en).

–2020b. Standard and criteria. Viitattu 28.9.2020. [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=en).

–2020c. Certification procedure. Viitattu 28.9.2020. [https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=certification&lang=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en).

TourCert 2020. Why TourCert? Viitattu 5.9.2020. <https://www.tourcert.org/en/why-tourcert/>.

Tranchard, S. 2018. New version of ISO 14024 on ecolabelling just published. ISO. Viitattu 13.10.2020. <https://www.iso.org/news/ref2273.html>

Tripadvisor 2020. Green Leaders. Viitattu 2.10.2020 <https://www.tripadvisor.fi/GreenLeaders>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Alma Talent.

UNESCO World Heritage Centre 2020. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme. Viitattu 5.9.2020. <https://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-669-7.pdf>.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 2020. Welcome to <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/welcome-unesco-world-heritage-sustainable-tourism-toolkit> the UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit. Viitattu 5.9.2020.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. 2013. Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa S. Veijola (toim.) Matkailututkimuksen lukukirja. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 16–29.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Viitattu 4.10.2020. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-451-756-0>

Virta-Toikka A., 2019. Asiantuntijablogi. Ympäristösertifikaatti kertoo, että olette hyvien puolella. <https://wwf.fi/greenoffice/tarina/blogi-ymparistosertifikaatti-kertoo-etta-ollette-hyvien-puolella/>.

Visit Finland 2019a. Kestävän kehityksen yritysopas. Viitattu 4.10.2020. [https://www.businessfinland.fi/48e735/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan\\_kehityksen\\_yritysopas\\_a4-v5\\_web.pdf](https://www.businessfinland.fi/48e735/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan_kehityksen_yritysopas_a4-v5_web.pdf).

–2019b. Työkaluja vastuullisuuteen ja viestintään. Viitattu 4.10.2020. [https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja\\_vastuullisuusviestintaan\\_a5\\_web\\_21012019.pdf](https://www.businessfinland.fi/490600/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2018/tyokaluja_vastuullisuusviestintaan_a5_web_21012019.pdf).

–2019c. Suomen matkailun digitiekartta 2019. Viitattu 4.10.2020. [https://www.businessfinland.fi/492e08/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/suomen\\_matkailun\\_digitiekartta\\_2019.pdf](https://www.businessfinland.fi/492e08/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/suomen_matkailun_digitiekartta_2019.pdf).

– 2020. Sustainable Travel Finland E-opas. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia. Viitattu 29.9.2020. <https://kestavan-matkailun-e-learning.in.howspace.com/>

WWF Suomi 2020. Ympäristöjärjestelmä ja sertifikaatti. Viitattu 5.9.2020. <https://wwf.fi/greenoffice/mika-green-office/>.

Ympäristömerkintä Suomi Oy 2020a. Miten kriteerejä laaditaan? Viitattu 2.9.2020. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/miten-kriteereja-laaditaan/>.

– 2020b. Tutkittua tietoa. Viitattu 4.9.2020. <https://joutsenmerkki.fi/yrityksille/tutkittua-tietoa/>.

– 2020c. Kriteerit. Viitattu 4.9.2020. <https://joutsenmerkki.fi/kriteerit/>.

Ympäristöministeriö 2012. Faktaa ympäristösuojelusta. EMAS – uskottavuutta ympäristöasioihin. Viitattu 2.9.2020. <https://www.ymparisto.fi/download/no-name/%7B05DBC7CF-A4B1-4F03-88FB-F8F73CA4EB17%7D/24325>.

## LIITTEET

- Liite 1. Kyselylomake ekosertifikaattien valinnasta
- Liite 2. Kyselyn vastaukset ekosertifikaattien valinnasta
- Liite 3. Infopaketti ekosertifikaateista
- Liite 4. Raportti ekosertifikaattien vaikutuksesta asiakaskokemukseen matkailualalla

# Ekosertifikaattien valinta

Tämä kysely on opinnäytetyötä varten, jota tekevät neljä restonomiopiskelijaa Lapin Ammattikorkeakoulusta. Kyselyllä pyritään selvittämään Sustainable Travel Finland-ohjelmaan liittyvän sertifikaatin valintaa, joka tapahtuu ohjelman askeleessa viisi. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Visit Rovaniemi.

Toivomme pikaista vastausta, sillä kysely on auki 9.11.2020 saakka. Kyselyyn vastaaminen vie alle viisi minuuttia.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksella ja anonyymisti. Vastauksia hyödynnetään vain tämän opinnäytetyön tekemiseen.

Opinnäytetyöntekijöiden yhteyshenkilö: [mira.hyotyla@edu.lapinamk.fi](mailto:mira.hyotyla@edu.lapinamk.fi)  
(<mailto:mira.hyotyla@edu.lapinamk.fi>)

\* Pakollinen

1. Yrityksen toimiala? \*

2. Oliko teillä ennestään STF-ohjelmaan sisällytettävä merkki? \*

- Kyllä
- Ei
- Kyllä, mutta teimme uuden merkin

3. Mikä/mitkä merkit teiltä löytyy? \*

- Biosphere
- ECEAT
- Ekokompassi
- EU-kukka (Ecolabel)
- Forum Anders Reisen
- Geo Golf
- Green Activities
- Green Globe
- Green Key
- GSTC (akkreditoitu)
- HI-Q&S (Hostelling international)
- ISO 14001
- Joutsenmerkki
- Roope Satama
- TourCert
- Travelife for Accommodation
- Travelife for Tour Operator
- WWF Green Office
- Muu ISO 14024 -kriteerit täyttävä



Liite 1 3(5). Kyselylomake ekosertifikaattien valinnasta

4. Oliko merkin valinnassa jotain haasteita? \*

Kyllä

Ei

5. Mitä haasteita koitte?

6. Oliko STF-ohjelman E-oppaasta apua sertifikaatin valinnassa?

*1 ei lainkaan*

*2 vähän*

*3 jonkin verran*

*4 paljon*

*5 erittäin paljon*

1    2    3    4    5

7. Mikä / mitkä valikoitui sertifioitavaksi?

- Biosphere
- ECEAT
- Ekokompassi
- EU-kukka (Ecolabel)
- Forum Anders Reisen
- Geo Golf
- Green Activities
- Green Globe
- Green Key
- GSTC (akkreditoitu)
- HI-Q&S (Hostelling international)
- ISO 14001
- Joutsenmerkki
- Roope Satama
- TourCert
- Travelife for Accommodation
- Travelife for Tour Operator
- WWF Green Office
- Muu ISO 14024 -kriteerit täyttävä

8. Miksi juuri kyseinen merkki / merkit valikoitui?

9. Oliko merkin valinnassa jotain haasteita? \*

Kyllä

Ei

10. Mitä haasteita koitte?

## Liite 2 1(4). Kyselyn vastaukset ekosertifikaattien valinnasta

Forms Ekosertifikaattien valinta - Tallennettu

5

Vastaukset

03:18

Keskimääräinen vastaamisaika

Suljettu

Tila

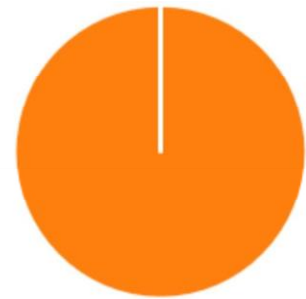
### 1. Yrityksen toimiala?

2

Vastaukset

### 2. Oliko teillä ennestään STF-ohjelmaan sisällytettävä merkki?




















<input type="radio"/> Kyllä	0
<input type="radio"/> Ei	5
<input type="radio"/> Kyllä, mutta teimme uuden m...	0



### 3. Mikä/mitkä merkit teiltä löytyy?

<input type="radio"/> Kyllä	0
<input type="radio"/> Ei	0

## Liite 2 2(4). Kyselyn vastaukset ekosertifikaattien valinnasta

 Biosphere	0
 ECEAT	0
 Ekokompassi	0
 EU-kukka (Ecolabel)	0
 Forum Anders Reisen	0
 Geo Golf	0
 Green Activities	0
 Green Globe	0
 Green Key	0
 GSTC (akkreditoitu)	0
 HI-Q&S (Hostelling internatio...	0
 ISO 14001	0
 Joutsenmerkki	0
 Roope Satama	0
 TourCert	0
 Travelife for Accommodation	0
 Travelife for Tour Operator	0
 WWF Green Office	0
 Muu ISO 14024 -kriteerit täytt...	0



4. Oliko merkin valinnassa jotain haasteita?

5. Mitä haasteita koitte?

0

Vastaukset

Uusimmat vastaukset

6. Oliko STF-ohjelman E-oppaasta apua sertifikaatin valinnassa?

5

Vastaukset

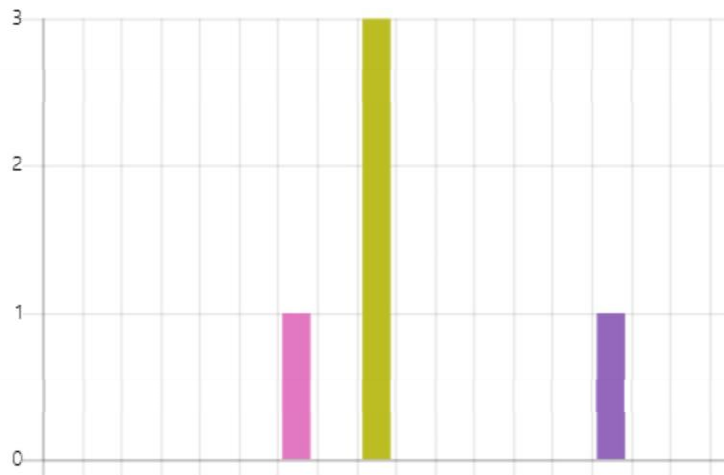
3.6

Keskiarvo

## Liite 2 3(4). Kyselyn vastaukset ekosertifikaattien valinnasta

### 7. Mikä / mitkä valikoitui sertifioitavaksi?

● Biosphere	0
● ECEAT	0
● Ekokompassi	0
● EU-kukka (Ecolabel)	0
● Forum Anders Reisen	0
● Geo Golf	0
● Green Activities	1
● Green Globe	0
● Green Key	3
● GSTC (akkreditoitu)	0
● HI-Q&S (Hostelling internatio...	0
● ISO 14001	0
● Joutsenmerkki	0
● Roope Satama	0
● TourCert	1
● Travelife for Accommodation	0
● Travelife for Tour Operator	0
● WWF Green Office	0
● Muu ISO 14024 -kriteerit täytt...	0



### 8. Miksi juuri kyseinen merkki / merkit valikoitui?

Uusimmat vastaukset

"-"

5

Vastaukset

"tarkoitettu toimialallemme"

"Olemme päätyneet Green Key:hyn, koska se soveltuu erityisen hyvin ..."

### 9. Oliko merkin valinnassa jotain haasteita?

## Liite 2 4(4). Kyselyn vastaukset ekosertifikaattien valinnasta

 Kyllä	2
 Ei	3



### 10. Mitä haasteita koitte?

2

Vastaukset

Uusimmat vastaukset

"ei löydy täysin sopivaa merkkiä"  
"Alussa koimme pieneksi haasteeksi erilaisten sertifikaattien määrän. Merkin valintaan ei siinänsä liittynyt varsinaisesti enää haasteita"



**SUSTAINABLE  
TRAVEL**  
FINLAND™



**Ekosertifikaattien infopaketti**  
STF-ohjelman suorittamisen tueksi

Ekonoja Susanna, Hyötylä Mira, Seppänen Jouni, Vierimaa Jonna

Opinnäytetyön tuotos  
Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2020

**LAPIN AMK**<sup>7</sup>  
Lapland University of Applied Sciences



## SISÄLLYS

JOHDANTO .....	4
1 MAJOITUSTOIMINTA .....	5
1.1 Biosphere.....	5
1.2 ECEAT Suomi.....	5
1.3 Ekokompassi .....	6
1.4 EMAS.....	7
1.5 EU kukka .....	8
1.6 Green Globe .....	9
1.7 Green Key.....	10
1.8 HI Quality & Sustainability.....	11
1.9 ISO 14001.....	11
1.10 Joutsenmerkki .....	12
1.11 Travel for Accommodation.....	13
2 RAVITSEMISTOIMINTA.....	14
2.1 Biosphere.....	14
2.2 Ekokompassi .....	14
2.3 EMAS.....	15
2.4 Green Globe .....	16
2.5 Green Key.....	17
2.6 ISO 14001.....	18
2.7 Joutsenmerkki.....	19
2.8 Travelife for Tour Operators.....	20
3 MATKATOIMISTOT, MATKANJÄRJESTÄJÄT, VARAUSPALVELUT.....	21
3.1 Biosphere.....	21
3.2 Ekokompassi .....	21
3.3 EMAS.....	22
3.4 Forum Anders Reisen.....	23
3.5 Green Globe .....	24
3.6 ISO 14001.....	25
3.7 TourCert.....	26
3.8 Travelife for tour operators.....	27
3.9 WWF Green Office .....	27

Liite 3 3(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

4 MUUT TOIMIALAT .....	29
4.1 GEO Golf .....	29
4.2 Green Activities.....	29
4.3 Roope-satama .....	30
4.4 TourCert.....	31
4.5 WWF Green Office .....	32
LÄHTEET.....	33
LIITTEET .....	36

## JOHDANTO

Nykypäivänä matkanjärjestäjät vaativat yhteistyökumppaneiltaan osoitusta vastuullisuudesta yritystoiminnassa. Ekosertifiointi on yksi keino osoittaa vastuullisia toimia. Ilmastonmuutoksen hillitseminen edellyttää johtamista alueetasosta lähtien, johon Visit Finland on kehittänyt kestävä matkailun edistämiseksi seitsemän askeleen Sustainable Travel Finland -ohjelman (jäljempänä STF). Visit Rovaniemi on lähtenyt alueellisena matkailutoimijana ja vaikuttajana suorittamaan STF-ohjelmaa. Kestävällä ja vastuullisella matkailulla tuodaan Suomen matkailutoimintaan varmuutta, sillä useat matkailutuotteet ovat säätekijöistä riippuvaisia ja täten alttiimpia ilmastonmuutoksen vaikutuksille.

Tämä infopaketti on osa tekijöiden opinnäytetyötä ja se on laadittu Visit Rovaniemen käyttöön. Hyödynnettävyys korostuu kuitenkin laajemmin koskemaan matkailualan yrityksiä ja matkailijoita, jotka hakevat tietoa sertifikaateista. Infopaketin perustana toimii toimeksiantajan Visit Rovaniemen esittämä tilanne, jossa joillakin Sustainable Travel Finland -ohjelmassa mukana olevilla yrityksillä on ollut selviä haasteita valita yritykselle soveltuva sertifikaatti viidennessä askeleessa.

Infopaketti on laadittu Sustainable Travel Finlandin e-oppaan dokumenttianalyysin avulla, jonka tukena on käytetty loka-marraskuussa 2020 kyselyä tarkentamaan haasteita liittyen sertifikaatin valintaan ja e-oppaan sisältöön. Kysely tehtiin Visit Rovaniemen vaikutusalueen alla ohjelmaa suorittaneille ja suorittaville yrityksille.

Sertifikaatit on jaettu toimialoittain, jonka tavoitteena on helpottaa löytämään tietoa sertifikaattien soveltuvuudesta omaan toimintaan helposti ja nopeasti. Sertifikaattien tiedoista löytyvät tiedot hallinnoijasta, hinnasta, auditoinnista, soveltuvuudesta ja vastuullisuuden ulottuvuuksista (ekologinen, sosiaalinen, kulttuurillinen, taloudellinen).

Sertifikaattien tiedot ovat päivitetty ja koottu tämän hetken tietojen perusteella. Huomaathan, että tiedot voivat muuttua.


## 1 MAJOITUSTOIMINTA

### 1.1 Biosphere

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
	www-sivut	www.biospheretourism.com
	Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
	Auditointi	Kerran vuodessa
	Soveltuvuus	Kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

Responsible Tourism Institute (RTI) myöntää **Biosphere** sertifikaatin. RTI:n tavoitteena on edistää kestävä kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. RTI on kansainvälinen ja toiminut jo yli 20 vuotta. Sertifikaattiin kuuluvat YK:n 17 kestävä kehityksen tavoitetta. Näitä ovat ilmastonmuutoksen torjunta, ympäristön suojelu, kulttuuri, sosiaalinen ja taloudellinen. Prosessi on online-muotoinen ja tukee kehittämistä pitkäjänteisesti. Tähän osallistuville kuuluu tuki, koulutus ja tapahtumat. Sertifikaatin voivat hakea matkailualueet sekä matkailuyritykset. Biosphere huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta. Auditointi on kerran vuodessa. (Biosphere Tourism 2020a; Biosphere Tourism 2020b; Business Finland 2020; Responsible Tourism Institute 2020.)

### 1.2 ECEAT Suomi


Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry
	www-sivut	www.luomumatkailu.fi
	Hinta	Jäsenmaksu on 150€ + 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yhteisöille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ + 120€ liittymismaksu. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus.
	Auditointi	Ajoittaiset tarkastusvierailut
	Soveltuvuus	Esimerkiksi Matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, Ympäristövastuulliset majatalot
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurillinen, taloudellinen

Suomen luomumatkailuyhdistys - **ECEAT Suomi** ry (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) edistää luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua, kestävä

### Liite 3 6(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

maankäyttöä, kulttuuriperinnön ja -maiseman suojelua sekä maaseudun ekologisia toimintamahdollisuuksia. Ympäristökasvatus kuuluu myös yhdistyksen tarjontaan. Jäseneksi voivat hakea ympäristövastuulliset majatalot ja ekokylät. Lisäksi ympäristösuojaan ja paikalliseen kulttuuriin panostavat majoitus- ja vierailukohteet voivat hakea jäseneksi. Laatu ja kestävyttä mitataan erilaisin vaatimuksin ja kriteerein. Laatuksiteereitä ollaan soveltamassa myös luomu- ja ekokahviloille ja -ravintoloille. ECEAT huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on 150€ jonka lisäksi on 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yhteisöille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ ja liittymismaksu 120€. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus. Ajoittaiset tarkastusvierailut. Vuoden 2020 aikana otetaan käyttöön auditoinnit matkakohteissa. (Business Finland 2020; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020a; Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT ry 2020b.)


#### 1.3 Ekokompassi

Sertifikaatin tiedot		
 Ekokompassi	Hallinnoija	Suomenluonnonsuojeluliiton Kinos OY
	www-sivut	www.ekokompassi.fi
	Hinta	Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pk-yritykset, tapahtumat ja julkinen sektori
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Ekokompassi** ympäristöjärjestelmä auttaa vähentämään ympäristökuormaa. Sertifikaatin saamiseksi täytyy sitoutua 10 kriteerin noudatukseen. Näitä ovat ympäristölainsäädännön noudatus, ympäristövastaavan nimeäminen, ympäristövaikutusten arviointi, ympäristölupauksen laatiminen, sisäinen koulutus, jätesäännösten mukainen jätehuolto-suunnitelma, vaarallisten jätteiden sekä kemikaalien asianmukainen käsittely, ympäristö ohjelman laatiminen ja sen ylläpito sekä raportointi. Ympäristöasiantuntijan neuvontakertoja saa kolme sertifikaatin hankinnassa. Järjestelmä räätälöidään, joten se sopii kokonaisuuksille ja yksittäisille yrityksille. Ekokompassi huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta,

Liite 3 7(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta. Auditointi on kolmen vuoden välein. Ensiauditointi suoritetaan, kun ympäristöjärjestelmä on rakennettu ja sitä on toteutettu noin puoli vuotta järjestelmän valmistumisen jälkeen. (Ekokompassi 2020, Business Finland 2020.)


#### 1.4 EMAS

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökeskus
	www-sivut	www.ymparisto.fi/emas
	Hinta	Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€.
	Auditointi	Vuosi
	Soveltuvuus	Kaikki yritykset ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**EMAS** muodostuu sanoista The Eco-Management and Audit Scheme ja se on ympäristöasioiden hallinta ja auditointijärjestelmä. Se perustuu Euroopan yhteisön asetukseen ja sen ydin muodostuu EN ISO 14001 standardin vaatimuksista. Tarkoituksena on vähentää ympäristövaikutuksia ja pienentää kustannuksia. Järjestelmä auttaa tunnistamaan toimintaa, tuotteiden ja palveluiden välittömiä ja välillisiä ympäristövaikutuksia, sekä suunnitelmallisesti auttaa päästöjen, jätteiden, energian ja luonnonvarojen kuluttamisen vähentämisessä. Toteutuksen ydinkohtina ovat ympäristökatselmus, johtamisjärjestelmä ympäristöasioiden hoitamiseksi ja parantamiseksi, toiminnan kehittämiseksi sisäinen auditointi sekä ympäristötyöstä ja -vaikutuksista raportointi julkisesti. Suomessa rekisteröinnin myöntää ja valvoo Suomen ympäristökeskus. EMAS huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€. (Business Finland 2020; Ympäristöministeriö 2012.)

Liite 3 8(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

1.5 EU kukka

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/
	Hinta	Hakemusmaksut ovat yrityskohtaisia alkaen 350€, alennukset hakemusmaksusta: EMAS-alennus 30% ja ISO14001-alennus 15%. Vuosi-maksu on hakijaa ja tuoteryhmää kohti vähintään 500€ ja enintään 25 000€, alennukset vuosimaksusta: mikroyritykset, Pk-yritykset ja kehitysmaiden tuotevalmista-jat/palveluntarjoajat 25%, EMAS-alennus 15%. Tarkastuskäynneistä veloitetaan matka- ja majoituskustannukset. Luvan laajennuksista ja muutoksista veloitetaan 115€/tunti, kuitenkin enintään 2000€ / 600€ / 350 € yrityksen koosta riippuen.
	Auditointi	Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta
	Soveltuvuus	Majoitusliikkeet, hotellit, hostellit, leirintäalueet
	Ulottuvuudet	Ekologinen, taloudellinen

Suomessa **EU Ecolabel/EU kukka** merkkiä hoitaa Ympäristömerkintä. Korkeat ympäristökriteerit täyttävät majoitusliikkeet voivat saada kyseisen merkin. Tämä järjestelmä tarjoaa tuotteita ja muutamia palveluita. Tarkoituksena on edistää myyntiä ympäristösuojellisesti korkeatasoisista tuotteista. Merkin saanti on rajoitettu ympäristöystävällisen kohteen takaamiseksi. Kriteerit laaditaan eri ryhmille asiantuntijaryhmissä. Arviointiperusteet liittyvät markkinalähtöisyyteen ja ympäristövaikutukseen koko elinkaaren aikana. Hyväksymisestä kriteerit ovat voimassa kahdesta viiteen vuotta. EU kukka huomioi ekologisen ja taloudellisen kestävyuden ulottuvuudet. EU-ympäristömerkin käytöstä laskutetaan vuosimaksua sen jälkeen, kun tuotteelle/palvelulle on myönnetty merkki. Hakemusmaksut ovat yrityskohtaisia alkaen 350€, alennukset hakemusmaksusta: EMAS-alennus 30% ja ISO14001-alennus 15%. Vuosimaksu on hakijaa ja tuoteryhmää kohti vähintään 500€ ja enintään 25 000€, alennukset vuosimaksusta: mikroyritykset, Pk-yritykset ja kehitysmaiden tuotevalmistajat/palveluntarjoajat 25%, EMAS-alennus 15%. Tarkastuskäynneistä veloitetaan matka- ja majoituskustannukset. Luvan laajennuksista ja muutoksista veloitetaan 115€/tunti, kuitenkin enintään 2000€ / 600€ / 350 € yrityksen koosta riippuen. (Business Finland 2020; Ympäristömerkintä Suomi Oy 2020a.)

## Liite 3 9(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

### 1.6 Green Globe

Sertifikaatin tiedot		
 Green Globe	Hallinnoija	Green Globe Certification
	www-sivut	www.greenglobe.com
	Hinta	Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Pitkään kestävä matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia.
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Green Globessa** on kyse korkeasta kestävä kehityksen matkailun standardista. Se on kansainvälinen ja perustuu kriteeristöihin, kuten Global Sustainable Tourism Criteria, Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria, Agenda 21, ISO 9001/14001/19011. Tärkeää on kestävä johtaminen, sosiaalinen ja talous, kulttuuriperintö ja ympäristö. Pitkään kestävä matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia. Sertifikaatilla on kolme tasoa: sertifioitu, kulta ja platina. Green Globe huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000. (Green Globe 2020a). (Business Finland 2020; Green Globe 2020b; Green Globe 2020c.)

### 1.7 Green Key

Sertifikaatin tiedot		
 Green Key	Hallinnoija	Suomen ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Erilaiset majoituspalvelut, maatilamatkailu, leirintä-alueet, kahvilat, ravintolat, käyntikohteet ja matkailunähtävyydet, ohjelmalvelut, aktiviteetit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen

**Green Key** merkki huomioi majoitusalan ominaispiirteitä ja on käytännönläheinen toteuttaa ja onkin maailmanlaajuinen majoitusalan ympäristöohjelma. Osallistuja sitoutuu noudattamaan ympäristökriteereitä ja raportointiin. Ympäristö asioiden lisäksi ohjelma kiinnittää huomiota sosiokulttuurin ja taloudellisen vastuullisuuden kriteereihin. Ohjelmassa



## Liite 3 10(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

on omat kriteeristöt majoitusmuodoille, kuten hotelleille, pienille majoitusliikkeille, leirintäalueille ja mökkikylille. Foundation for Environmental Education (FEE) hallinnoi ohjelmaa ja auditoinnin tekee Green Key organisaatio. Green Key tarjoaa materiaalipankkia, josta löytyy esimerkiksi laajasti teema- ja viestintämateriaalia. Green Key tiedottaa kohteista aktiivisesti. Green Key huomioi ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden ulottuvuudet. Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut. Auditointi tehdään ensimmäisenä ja toisena vuonna, jonka jälkeen enää kolmen vuoden välein. (Business Finland 2020; Green Key 2020a.)

### 1.8 HI Quality & Sustainability

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Hostelling International
	www-sivut	<a href="http://www.hihostels.com/pag">www.hihostels.com/pag</a>
	Hinta	Vuosimaksu 350€
	Auditointi	Hostelli auditoidaan HI:n tai Hostellijärjestön puolesta, kun hostelli kokee olevansa valmis sertifioitavaksi. HI-Q&S hostellit auditoidaan HI:n toimesta joka 3. vuosi.
	Soveltuvuus	Hostelling International (HI)-hostellit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen


**Hi Quality** (HI-Q) laadunhallintajärjestelmän on suunnitellut Hostelling International. Se on kansainvälinen ja siitä on olemassa myös laajennettu **HI Quality and Sustainability** (HI-Q&S) versio. Eron tekee lisätty hostellin kestävä kehitys ja soveltuvuus-kriteerien laajuus. Sertifiointiin saa aina 3 vuodeksi kerrallaan, mikäli täyttää vaatimukset, jotka auditointi varmistaa. STF-ohjelma hyväksyy vain HI-Q&S version. HI-Q&S huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Vuosimaksu on 350€ ja Hostelli auditoidaan HI:n tai Hostellijärjestön puolesta, kun hostelli kokee olevansa valmis sertifioitavaksi. HI-Q&S hostellit auditoidaan HI:n toimesta joka 3. vuosi. (Business Finland 2020; Hostelling International 2020.)

## 1.9 ISO 14001

Sertifikaatin tiedot		
ISO 14001	Hallinnoija	ISO 14001
	www-sivut	www.sfs.fi/aihealueet/palvelut
	Hinta	Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi.
	Auditointi	Sertifikaatti myönnetään 3 vuodeksi kerrallaan. Seuranta-arvioinnit tulee tehdä vuosittain. Kolmivuotiskauden jälkeen tehdään uudelleensertifiointiarviointi, jolloin sertifikaatin voimassaoloa voidaan jatkaa seuraava 3 vuotta
	Soveltuvuus	Kaikenkokoiset organisaatiot ja yritykset
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**ISO 14001 standardi** on tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli ja se on kansainvälinen. Se sopii kaikille yrityksille, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan ja tukea kestävä kehityksen ympäristötekijää. Standardi voidaan soveltaa eri yrityksille ja on täten joustava. Standardi tarjoaa ympäristöjohtamisen tueksi työkalupakin ympäristön hallintaan. Se korostaa riskien ja mahdollisuuksien tunnistamista. Perustana on auditoijan tekemä tarkastus ja sitä myöntävät sertifiointialan yritykset. Standardi ja oppaat käsittelevät muun muassa ympäristöauditoinnit ja -tarkastukset, ympäristösuojelun tason arvioinnin, ympäristömerkinnät, elinkaariarvioinnin, kasvihuonekaasupäästöjen hallinnan, tuotteiden hiili- ja vesijalanjäljen sekä ympäristöviestinnän. ISO 14001 standardi huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyden ulottuvuudet. Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi. Ympäristöjärjestelmän rakentamiseen tarvitaan sekä standardin vaatimukset että yrityksen toiminnan tunteva henkilö. Ulkopuolisen konsultin käyttö ei useinkaan ole välttämätöntä. Nykystandardi (ISO 14001:2015) ei edellytä erillistä ympäristökäsikirjaa. Standardissa on joitakin pakollisia dokumentointivaatimuksia, mutta pääsääntöisesti organisaatio voi itse määritellä tarvittavan ohjeistuksen. Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). (Business Finland 2020; Pro Pilvipalvelut 2020.)

## 1.10 Joutsenmerkki

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.joutsenmerkki.fi
	Hinta	Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta).
	Auditointi	Ympäristömerkin lupa on voimassa niin kauan kuin tuote täyttää vaatimukset tai kunnes kriteereiden voimassaoloaika päättyy. Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta. Ympäristömerkintä valvoo vaatimusten täyttymistä vuosittain luvan voimassaoloaikana.
	Soveltuvuus	Hotellit, retkeilymajat, ravintolat, kongressi- ja kokouskeskukset
Ulottuvuudet	Ekologinen	

**Joutsenmerkki**, ympäristömerkki, on Pohjoismaiden yksi tunnetuin ja arvostetuin ympäristömerkki. Sertifiointiin voi saada hotelli, ravintola tai kongressikeskus. Tarkoituksena on edistää kestävä kehitystä ja ohjata kuluttajia sekä ostajia viisaampiin ympäristövalintoihin ja kannustaa valmistajia sekä palveluntuottajia parempiin ympäristövaihtoehtoihin. Merkin voi ansaita elinkaari pohjaisten kriteerien täytyessä. Nämä kriteerit ohjaavat esimerkiksi energian- ja vedenkulutusta, jätteiden määrää, kemikaaleja, hankintoja, tarjontaa, ruokaa, hotellihuoneita sekä menettelyjä, kuten omavalvontaa ja tiedottamista. Kriteeristöä tiukennetaan 3–5 vuoden välein. Tällöin merkkiä joutuu hakemaan uudelleen. Joutsenmerkki huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta). (Business Finland 2020; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020b; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020c.)

## Liite 3 13(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

### 1.11 Travel for Accommodation

Sertifikaatin tiedot		
 <p>Travelife</p>	Hallinnoija	Travelife Limited
	www-sivut	www.travelifestaybetter.com
	Hinta	Hinta on kahden vuoden ajalta alkaen 565€-1950€ sisältäen auditoinnin.
	Auditointi	Paikan päällä tehtävä tarkastus 2 vuoden välein
	Soveltuvuus	Majoitus
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**Travel for Accommodation** on kansainvälinen majoituksen kestävyysohjelma. Tarjolla on verkkopaketti, jossa on käytännön työkaluja ja neuvoja yrityksen ympäristö-, talous, ja sosiaalisten vaikutuksien parantamiseksi. Vaatimuksina ovat ympäristöasioiden hallinta, reilu työvoima, ihmisoikeudet, yhteisön tukeminen, lasten turvaaminen ja eläinten hyvinvointi. Kriteeristö on hyvin laaja ja prosessissa on kuusi vaihetta. Auditointi tapahtuu 2 vuoden välein. Sertifiointi antaa logon ja The Travelife Collection -kuluttajasivulle listauksen sekä maininnan viikkoraportissa matkanjärjestäjille. Travel for Accommodation huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyden ulottuvuudet. Hinta on kahden vuoden ajalta alkaen 565€-1950€ sisältäen auditoinnin. Paikan päällä tehtävä tarkastus kahden vuoden välein. (Business Finland 2020, Travelife Accommodation Sustainability 2020a, Travelife Accommodation Sustainability 2020b, Travelife Accommodation Sustainability 2020c.)


## 2 RAVITSEMISTOIMINTA

### 2.1 Biosphere

Sertifikaatin tiedot		
 <p>BIOSPHERE certified</p>	Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
	www-sivut	www.biospheretourism.com
	Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
	Auditointi	Kerran vuodessa
	Soveltuvuus	Kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

Responsible Tourism Institute (RTI) myöntää **Biosphere** sertifikaatin. RTI:n tavoitteena on edistää kestävä kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. RTI on kansainvälinen ja toiminut jo yli 20 vuotta. Sertifikaattiin kuuluvat YK:n 17 kestävä kehityksen tavoitetta. Näitä ovat ilmastonmuutoksen torjunta, ympäristön suojelu, kulttuuri, sosiaalinen ja taloudellinen. Prosessi on online-muotoinen ja tukee kehittämistä pitkäjänteisesti. Tähän osallistuville kuuluu tuki, koulutus ja tapahtumat. Sertifikaatin voivat hakea matkailualueet sekä matkailuyritykset. Biosphere huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta. Auditointi on kerran vuodessa. (Biosphere Tourism 2020a; Biosphere Tourism 2020b; Business Finland 2020; Responsible Tourism Institute 2020.)

### 2.2 Ekokompassi


Sertifikaatin tiedot		
 <p>EKO KOMPASSI</p>	Hallinnoija	Suomenluonnonsuojeluliiton Kinos OY
	www-sivut	www.ekokompassi.fi
	Hinta	Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pk-yritykset, tapahtumat ja julkinen sektori
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Ekokompassi** ympäristöjärjestelmä auttaa vähentämään ympäristökuormaa. Sertifikaatin saamiseksi täytyy sitoutua 10 kriteerin noudatukseen. Näitä ovat ympäristölainsäädännön noudatus, ympäristövastaavan nimeäminen, ympäristövaikutusten arviointi, ym-

### Liite 3 15(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

päristölupauksen laatiminen, sisäinen koulutus, jättesäännösten mukainen jätehuolto-suunnitelma, vaarallisten jätteiden sekä kemikaalien asianmukainen käsittely, ympäristö ohjelman laatiminen ja sen ylläpito sekä raportointi. Ympäristöasiantuntijan neuvonta-kertoja saa kolme sertifikaatin hankinnassa. Järjestelmä räätälöidään, joten se sopii kokonaisuuksille ja yksittäisille yrityksille. Ekokompassi huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta. Auditointi on kolmen vuoden välein. Ensiauditointi suoritetaan, kun ympäristöjärjestelmä on rakennettu ja sitä on toteutettu noin puoli vuotta järjestelmän valmistumisen jälkeen. (Ekokompassi 2020, Business Finland 2020.)

## 2.3 EMAS

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökeskus
	www-sivut	<a href="http://www.ymparisto.fi/emas">www.ymparisto.fi/emas</a>
	Hinta	Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€.
	Auditointi	Vuosi
	Soveltuvuus	Kaikki yritykset ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**EMAS** muodostuu sanoista The Eco-Management and Audit Scheme ja se on ympäristöasioiden hallinta ja auditointijärjestelmä. Se perustuu Euroopan yhteisön asetukseen ja sen ydin muodostuu EN ISO 14001 standardin vaatimuksista. Tarkoituksena on vähentää ympäristövaikutuksia ja pienentää kustannuksia. Järjestelmä auttaa tunnistamaan toimintaa, tuotteiden ja palveluiden välittömiä ja välillisiä ympäristövaikutuksia, sekä suunnitelmallisesti auttaa päästöjen, jätteiden, energian ja luonnonvarojen kuluttamisen vähentämisessä. Toteutuksen ydinkohtina ovat ympäristökatselmus, johtamisjärjestelmä ympäristöasioiden hoitamiseksi ja parantamiseksi, toiminnan kehittämiseksi sisäinen auditointi sekä ympäristötyöstä ja -vaikutuksista raportointi julkisesti. Suomessa rekisteröinnin myöntää ja valvoo Suomen ympäristökeskus. EMAS huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€. (Business Finland 2020; Ympäristöministeriö 2012.)

## 2.4 Green Globe

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Green Globe Certification
	www-sivut	www.greenglobe.com
	Hinta	Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Pitkään kestävä matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia.
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Green Globessa** on kyse korkeasta kestävä kehityksen matkailun standardista. Se on kansainvälinen ja perustuu kriteeristöihin, kuten Global Sustainable Tourism Criteria, Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria, Agenda 21, ISO 9001/14001/19011. Tärkeää on kestävä johtaminen, sosiaalinen ja talous, kulttuuriperintö ja ympäristö. Pitkään kestävä matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia. Sertifikaatilla on kolme tasoa: sertifioitu, kulta ja platina. Green Globe huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000. (Green Globe 2020a). (Business Finland 2020; Green Globe 2020b; Green Globe 2020c.)

## 2.5 Green Key

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Erilaiset majoituspalvelut, maatilamatkailu, leirintä-alueet, kahvilat, ravintolat, käyntikohteet ja matkailunähtävyydet, ohjelmalvelut, aktiviteetit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen

**Green Key** merkki huomioi majoitusalan ominaispiirteitä ja on käytännönläheinen toteuttaa ja onkin maailmanlaajuinen majoitusalan ympäristöohjelma. Osallistuja sitoutuu noudattamaan ympäristökriteereitä ja raportointiin. Ympäristö asioiden lisäksi ohjelma kiinnittää huomiota sosiokulttuurin ja taloudellisen vastuullisuuden kriteereihin. Ohjelmassa



### Liite 3 18(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

on omat kriteeristöt majoitusmuodoille, kuten hotelleille, pienille majoitusliikkeille, leirintäalueille ja mökkikylille. Foundation for Environmental Education (FEE) hallinnoi ohjelmaa ja auditoinnin tekee Green Key organisaatio. Green Key tarjoaa materiaalipankkia, josta löytyy esimerkiksi laajasti teema- ja viestintämateriaalia. Green Key tiedottaa kohteista aktiivisesti. Green Key huomioi ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyysulottuvuudet. Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut. Auditointi tehdään ensimmäisenä ja toisena vuonna, jonka jälkeen enää kolmen vuoden välein. (Business Finland 2020; Green Key 2020a.)

#### 2.6 ISO 14001


Sertifikaatin tiedot		
ISO 14001	Hallinnoija	ISO 14001
	www-sivut	<a href="http://www.sfs.fi/aihealueet/palvelut">www.sfs.fi/aihealueet/palvelut</a>
	Hinta	Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella <a href="mailto:sales@sfs.fi">sales@sfs.fi</a> .
	Auditointi	Sertifikaatti myönnetään 3 vuodeksi kerrallaan. Seuranta-arvioinnit tulee tehdä vuosittain. Kolmivuotiskauden jälkeen tehdään uudelleensertifiointiarviointi, jolloin sertifikaatin voimassaoloa voidaan jatkaa seuraava 3 vuotta
	Soveltuvuus	Kaikenkokoiset organisaatiot ja yritykset
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**ISO 14001 standardi** on tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli ja se on kansainvälinen. Se sopii kaikille yrityksille, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan ja tukea kestävä kehityksen ympäristötekijää. Standardi voidaan soveltaa eri yrityksille ja on täten joustava. Standardi tarjoaa ympäristöjohtamisen tueksi työkalupakin ympäristön hallintaan. Se korostaa riskien ja mahdollisuuksien tunnistamista. Perustana on auditoijan tekemä tarkastus ja sitä myöntävät sertifiointialan yritykset. Standardi ja oppaat käsittelevät muun muassa ympäristöauditoinnit ja -tarkastukset, ympäristösuojelun tason arvioinnin, ympäristömerkinnät, elinkaariarvioinnin, kasvihuonekaasupäästöjen hallinnan, tuotteiden hiili- ja vesijalanjäljen sekä ympäristöviestinnän. ISO 14001 standardi huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyysulottuvuudet. Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella [sales@sfs.fi](mailto:sales@sfs.fi). Ympäristöjärjestelmän rakentamiseen tarvitaan sekä standardin vaatimukset että yrityksen toiminnan tunteva henkilö. Ulkopuolisen konsultin käyttö ei useinkaan ole välttämätöntä. Nykystandardi (ISO 14001:2015)

## Liite 3 19(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi


ei edellytä erillistä ympäristökäsikirjaa. Standardissa on joitakin pakollisia dokumentointivaatimuksia, mutta pääsääntöisesti organisaatio voi itse määritellä tarvittavan ohjeistuksen. Sertifiointin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). (Business Finland 2020; Pro Pilvipalvelut 2020.)

### 2.7 Joutsenmerkki

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.joutsenmerkki.fi
	Hinta	Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta).
	Auditointi	Ympäristömerkin lupa on voimassa niin kauan kuin tuote täyttää vaatimukset tai kunnes kriteereiden voimassaoloaika päättyy. Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta. Ympäristömerkintä valvoo vaatimusten täyttymistä vuosittain luvan voimassaoloaikana.
	Soveltuvuus	Hotellit, retkeilymajat, ravintolat, kongressi- ja kokouskeskukset
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Joutsenmerkki**, ympäristömerkki, on Pohjoismaiden yksi tunnetuin ja arvostetuin ympäristömerkki. Sertifiointin voi saada hotelli, ravintola tai kongressikeskus. Tarkoitus on edistää kestävästä kehitystä ja ohjata kuluttajia sekä ostajia viisaampiin ympäristövalintoihin ja kannustaa valmistajia sekä palveluntuottajia parempiin ympäristövaihtoehtoihin. Merkin voi ansaita elinkaari pohjaisten kriteerien täytyessä. Nämä kriteerit ohjaavat esimerkiksi energian- ja vedenkulutusta, jätteiden määrää, kemikaaleja, hankintoja, tarjontaa, ruokaa, hotellihuoneita sekä menettelyjä, kuten omavalvontaa ja tiedottamista. Kriteeristöä tiukennetaan 3–5 vuoden välein. Tällöin merkkiä joutuu hakemaan uudelleen. Joutsenmerkki huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta). (Business Finland 2020; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020b; Ympäristömerkki Suomi Oy 2020c.)

2.8 Travelife for Tour Operators

Sertifikaatin tiedot		
Travelife 	Hallinnoija	ECEAT
	www-sivut	www.travelife.info
	Hinta	Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä.
	Auditointi	Kerran kahdessa vuodessa
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät, matkatoimistot, kuljetusyrietykset, retkipalveluiden tarjoajat
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**Travelife for Tour Operator** on matkailuyrityksille koulutuksen ja hallinnan ohjelma, jolla sitoudutaan tavoittelemaan kestävyttä. Matkanjärjestäjille se tarjoaa verkkokoulutusta ja käytännön työkaluja kestävyysuunnitteluun, hallintaan ja raportointiin. Ohjelma soveltuu kaikille matkailuyrityksen johtamisen alueille ja kaiken kokoisille yrityksille. Ohjelma on kolmivaiheinen. Jäsenyys sisältää verkkokoulutukset, hallinta- ja raportointityökalun verkossa, opastuksen, hyväksi todetut käytännöt sekä mentorin opastaan prosessi läpi. Osa koulutuksesta on suomeksi. Travelife for tour operators huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä. Auditointi on kerran kahdessa vuodessa. (Business Finland 2020, Travelife Sustainability in turism 2020a, Travelife Sustainability in turism 2020b, Travelife Sustainability in turism 2020c.)


Liite 3 21(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi  
3 MATKATOIMISTOT, MATKANJÄRJESTÄJÄT, VARAUSPALVELUT

### 3.1 Biosphere

 BIOSPHERE certified	Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
	www-sivut	www.biospheretourism.com
	Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
	Auditointi	Kerran vuodessa
	Soveltuvuus	Kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

Responsible Tourism Institute (RTI) myöntää **Biosphere** sertifikaatin. RTI:n tavoitteena on edistää kestävä kehityksen toimia ja ohjelmia matkailukohteissa ja yrityksissä. RTI on kansainvälinen ja toiminut jo yli 20 vuotta. Sertifikaattiin kuuluvat YK:n 17 kestävä kehityksen tavoitetta. Näitä ovat ilmastonmuutoksen torjunta, ympäristön suojelu, kulttuuri, sosiaalinen ja taloudellinen. Prosessi on online-muotoinen ja tukee kehittämistä pitkäjänteisesti. Tähän osallistuville kuuluu tuki, koulutus ja tapahtumat. Sertifikaatin voivat hakea matkailualueet sekä matkailuyritykset. Biosphere huomioi ekologisen kestävyden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta. Auditointi on kerran vuodessa. (Biosphere Tourism 2020a; Biosphere Tourism 2020b; Business Finland 2020; Responsible Tourism Institute 2020.)

### 3.2 Ekokompassi


Sertifikaatin tiedot		
 EKO KOMPASSI	Hallinnoija	Suomenluonnonsuojeluliiton Kinos OY
	www-sivut	www.ekokompassi.fi
	Hinta	Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilötönmäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pk-yritykset, tapahtumat ja julkinen sektori
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Ekokompassi** ympäristöjärjestelmä auttaa vähentämään ympäristökuormaa. Sertifikaatin saamiseksi täytyy sitoutua 10 kriteerin noudatukseen. Näitä ovat ympäristölainsäädännön noudatus, ympäristövastaavan nimeäminen, ympäristövaikutusten arviointi, ym-

### Liite 3 22(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

päristölupauksen laatiminen, sisäinen koulutus, jätesäännösten mukainen jätehuolto-suunnitelma, vaarallisten jätteiden sekä kemikaalien asianmukainen käsittely, ympäristö ohjelman laatiminen ja sen ylläpito sekä raportointi. Ympäristöasiantuntijan neuvonta-kertoja saa kolme sertifikaatin hankinnassa. Järjestelmä räätälöidään, joten se sopii ko-konaisuuksille ja yksittäisille yrityksille. Ekokompassi huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstö-määrän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta. Auditointi on kolmen vuoden välein. Ensiauditointi suoritetaan, kun ympäristöjärjestelmä on rakennettu ja sitä on toteutettu noin puoli vuotta järjestelmän valmistumisen jälkeen. (Ekokompassi 2020, Business Finland 2020.)

### 3.3 EMAS


Sertifikaatin tiedot		
 <p>EMAS</p>	Hallinnoija	Suomen ympäristökeskus
	www-sivut	<a href="http://www.ymparisto.fi/emas">www.ymparisto.fi/emas</a>
	Hinta	Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsitteilyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€.
	Auditointi	Vuosi
	Soveltuvuus	Kaikki yritykset ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**EMAS** muodostuu sanoista The Eco-Management and Audit Scheme ja se on ympäristöasioiden hallinta ja auditointijärjestelmä. Se perustuu Euroopan yhteisön asetukseen ja sen ydin muodostuu EN ISO 14001 standardin vaatimuksista. Tarkoituksena on vähentää ympäristövaikutuksia ja pienentää kustannuksia. Järjestelmä auttaa tunnistamaan toimintaa, tuotteiden ja palveluiden välittömiä ja välillisiä ympäristövaikutuksia, sekä suunnitelmallisesti auttaa päästöjen, jätteiden, energian ja luonnonvarojen kuluttamisen vähentämisessä. Toteutuksen ydinkohtina ovat ympäristökatselmus, johtamisjärjestelmä ympäristöasioiden hoitamiseksi ja parantamiseksi, toiminnan kehittämiseksi sisäinen auditointi sekä ympäristötyöstä ja -vaikutuksista raportointi julkisesti. Suomessa rekisteröinnin myöntää ja valvoo Suomen ympäristökeskus. EMAS huomioi ekologisen

### Liite 3 23(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

kestävyyden ulottuvuuden. Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimista koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€. (Business Finland 2020; Ympäristöministeriö 2012.)

#### 3.4 Forum Anders Reisen

Sertifikaatin tiedot		
 <p>Forum Anders Reisen</p>	Hallinnoija	Forum Anders Reisen
	www-sivut	<a href="http://www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/">www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/</a>
	Hinta	Jäsenmaksujen suuruuden ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkokous johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle. Liitteenä mukana, minkä mukaan jäsenmaksut lasketaan (MitegliedsbeiträgeFar)
	Auditointi	Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla ja sen voin lähettää milloin vain. Liittymisen jälkeen yhtiö sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään TourCert Chek:in läpi sekä koko CSR-prosessin onnistuneella sertifisoinilla ensimmäisten neljän vuoden aikana.
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, kulttuurinen, taloudellinen

**Forum Anders Reisen** on saksalainen kestävän matkailun verkosto ja matkanjärjestäjä portaali. Tämän verkoston yritykset sitoutuvat kestävän matkailun periaatteisiin. Kriteerit esitellään katalogissa (Forum Anders Reisen 2019b). Tehtävänä on tarjota mahdollisimman laadukas matkailukokemus. Etusijalla ovat ympäristönsuojelu, kulttuurin kunnioitus ja resurssien säästäminen. Edellytyksenä on kestävän kehityksen prosessin omaksuminen ja kriteerien täytyminen. Jäsenmaksun hinnan ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkokous johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle. Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla ja sen voin lähettää milloin vain. Liittymisen jälkeen yhtiö sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään TourCert Chek:in läpi sekä koko CSR-prosessin onnistuneella sertifisoinilla ensimmäisten neljän vuoden aikana. (Business Finland 2020; Forum Anders Reisen 2019a.)

#### 3.5 Green Globe

Liite 3 24(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Sertifikaatin tiedot		
Green Globe 	Hallinnoija	Green Globe Certification
	www-sivut	www.greenglobe.com
	Hinta	Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Pitkään kestävän matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia.
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Green Globessa** on kyse korkeasta kestävän kehityksen matkailun standardista. Se on kansainvälinen ja perustuu kriteeristöihin, kuten Global Sustainable Tourism Criteria, Global Partnership for Sustainable Tourism Criteria, Agenda 21, ISO 9001/14001/19011. Tärkeää on kestävä johtaminen, sosiaalinen ja talous, kulttuuriperintö ja ympäristö. Pitkään kestävän matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat hakea tätä standardia. Sertifikaatilla on kolme tasoa: sertifioitu, kulta ja platina. Green Globe huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000. (Green Globe 2020a). (Business Finland 2020; Green Globe 2020b; Green Globe 2020c.)

### 3.6 ISO 14001

Sertifikaatin tiedot		
ISO 14001	Hallinnoija	ISO 14001
	www-sivut	www.sfs.fi/aihealueet/palvelut
	Hinta	Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi.
	Auditointi	Sertifikaatti myönnetään 3 vuodeksi kerrallaan. Seuranta-arvioinnit tulee tehdä vuosittain. Kolmivuotiskauden jälkeen tehdään uudelleensertifiointiarviointi, jolloin sertifikaatin voimassaoloa voidaan jatkaa seuraava 3 vuotta
	Soveltuvuus	Kaikenkokoiset organisaatiot ja yritykset
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**ISO 14001 standardi** on tunnetuin ympäristöjärjestelmän malli ja se on kansainvälinen. Se sopii kaikille yrityksille, jotka haluavat hallita ympäristövastuitaan ja tukea kestävän kehityksen ympäristötekijää. Standardi voidaan soveltaa eri yrityksille ja on täten joustava. Standardi tarjoaa ympäristöjohtamisen tueksi työkalupakin ympäristön hallintaan.



### Liite 3 25(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Se korostaa riskien ja mahdollisuuksien tunnistamista. Perustana on auditoijan tekemä tarkastus ja sitä myöntävät sertifiointialan yritykset. Standardi ja oppaat käsittelevät muun muassa ympäristöauditoinnit ja -tarkastukset, ympäristösuojelun tason arvioinnin, ympäristömerkinnät, elinkaariarvioinnin, kasvihuonekaasupäästöjen hallinnan, tuotteiden hiili- ja vesijalanjäljen sekä ympäristöviestinnän. ISO 14001 standardi huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi. Ympäristöjärjestelmän rakentamiseen tarvitaan sekä standardin vaatimukset että yrityksen toiminnan tunteva henkilö. Ulkopuolisen konsultin käyttö ei useinkaan ole välttämätöntä. Nykystandardi (ISO 14001:2015) ei edellytä erillistä ympäristökäsikirjaa. Standardissa on joitakin pakollisia dokumentointivaatimuksia, mutta pääsääntöisesti organisaatio voi itse määritellä tarvittavan ohjeistuksen. Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). (Business Finland 2020; Pro Pilvipalvelut 2020.)

#### 3.7 TourCert

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Tour Cert
	www-sivut	<a href="http://www.tourcert.org/en/">www.tourcert.org/en/</a>
	Hinta	Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifikaatti maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€.
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen


**TourCert** sertifiointi järjestelmä perehdyttää kohteita, yrityksiä ja matkailijoita kestäväan matkailuun. Se tarjoaa indikaattoreita, kriteereitä ja työkaluja, joilla yhteiskuntavastuuta mitataan. TourCert auttaa kestäväan kehityksen suunnittelman toteuttamisessa ja lisäksi se esimerkiksi konsultoi, järjestää seminaareja ja tarjoaa itsearviointityökaluja jäsenille. Sertifiointi on kansainvälinen. TourCert huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta.



Liite 3 26(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifikaatti maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€. (Business Finland 2020; TourCert 2020.)

### 3.8 Travelife for tour operators

Sertifikaatin tiedot		
 Travelife	Hallinnoija	ECEAT
	www-sivut	www.travelife.info
	Hinta	Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä.
	Auditointi	Kerran kahdessa vuodessa
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät, matkatoimistot, kuljetusyritykset, retkipalveluiden tarjoajat
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**Travelife for Tour Operator** on matkailuyrityksille koulutuksen ja hallinnan ohjelma, jolla sitoudutaan tavoittelemaan kestävyttä. Matkanjärjestäjille se tarjoaa verkkokoulutusta ja käytännön työkaluja kestävyysuunnitteluun, hallintaan ja raportointiin. Ohjelma soveltuu kaikille matkailuyrityksen johtamisen alueille ja kaiken kokoisille yrityksille. Ohjelma on kolmivaiheinen. Jäsenyys sisältää verkkokoulutukset, hallinta- ja raportointityökalun verkossa, opastuksen, hyväksi todetut käytännöt sekä mentorin opastaan prosessi läpi. Osa koulutuksesta on suomeksi. Travelife for tour operators huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyden ulottuvuudet. Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä. Auditointi on kerran kahdessa vuodessa. (Business Finland 2020, Travelife Sustainability in turism 2020a, Travelife Sustainability in turism 2020b, Travelife Sustainability in turism 2020c.)

3.9 WWF Green Office

Sertifikaatin tiedot		
WWF Green Office  	Hallinnoija	WWF Suomi
	www-sivut	wwf.fi/greenoffice/
	Hinta	Liittymismaksu 1500€ - 6000€ - koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Toimistot tai toimiston kaltaiset ympäristöt
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**WWF Green Officen** tarkoituksena on auttaa toimimaan ympäristövastuullisesti pienentämällä hiilijalanjälkeä, viisaalla luonnonvarojen käytöllä sekä suojelemalla luonnon monimuotoisuutta. Green Officessa on seitsemän teemaa: johtaminen, sitouttaminen ja viestintä, vesi ja energia, kierrätys, siivous ja lajittelu, liikkuminen, ruoka ja hankinnat. Tukea saa ympäristöosaamiseen. Tuloksia on myös hyvä analysoida erilaisin mittarein (Julkunen 2020). Merkki brändää vastuulliseksi toimijaksi ja se onkin todistus hyvin hoidetuista vastuullisuusasioista. Asiakkaalle ja sidosryhmälle se kertoo ympäristöasioista huolehdittavan toimitiloissa, päätöksenteossa ja toiminnassa (Virta-Toikka 2019). WWF Green Office huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Liittymismaksu on 1500€ - 6000€ -Koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan. Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020; WWF Suomi 2020a)


## 4 MUUT TOIMIALAT

### 4.1 GEO Golf

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Geo Foundation
	www-sivut	www.sustainable.golf
	Hinta	Vuosimaksu 300€, Arviointi paikan päällä 1150€, etäarviointi 315€ ja hallintomaksu 315€
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Golfkentät
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**GEO Golf** ohjelma toimii verkossa ja auttaa tehokkaaseen voimavarojen käyttöön ja vaalimaan ympäristöä. Suomen Golfkentänhoitajien yhdistys (FGA) tukee ohjelmaa nimeltä GEO OnCourse. Se auttaa sisäistämään kestävän kehityksen periaatteet ja toimimaan niiden mukaan. Eli säästämään kustannuksissa, positiivisen julkisuuden luomisessa sekä ylittämään asiakkaan ja viranomaisen vaatimukset. Tämän ohjelman arviointi suoritetaan paikan päällä ja raportointi on läpinäkyvää. GEO:n myöntämä golfkentille suunnattu ohjelma on ainoa FGA:n tukema kestävän kehityksen golf-sertifikaatti kentänhoitajille. GEO Golf huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Vuosimaksu on 300€. Arviointi paikan päällä 1150€, etäarviointi 315€ ja hallintomaksu 315€. Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020; Geo Foundation 2020.)

### 4.2 Green Activities


Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen Ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Ohjelman vuosimaksu on 550€ ja auditointi 500€ (+alvt).
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pienet ohjelmapalvelu- ja luontoyrittäjät, joilla ei ole omia tiloja (mikäli omia tiloja, tällöin voi hakea Green Keytä)
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen

**Green Activities** kriteeristö ohjaa vastuulliseen luonnossa liikkumiseen. Se huomioi esimerkiksi luonnon monimuotoisuuden, jätteet sekä ruokailun. Sertifikaatti sopii pienille luonnossa liikkuville yrityksille, joilla ei ole asiakastiloja. Se antaa työkalun ja viestintä-

Liite 3 29(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

tuen. Green Activities omaa omat kriteeristönsä. Green Activities huomioi sosio-kulttuurillisen ja ekologisen kestävyys ulottuvuudet. Ohjelman vuosimaksu on 550€ ja auditointi 500€ (+alvt). Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020; Green Key 2020a; Green Key 2020b.)

#### 4.3 Roope-satama

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Pidä Saaristo Siistinä ry
	www-sivut	<a href="http://www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat">www.pidasaaristosiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat</a>
	Hinta	Ohjelmamaksu on 120€ vuodessa. Hintaan sisältyy yksi Roope-lippu. Jos haluaa yli-määräisiä lippuja, niistä veloitetaan 40€ kpl.
	Auditointi	1-2 vuotta
	Soveltuvuus	Pienvenesatamat
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**Roope-satama** ympäristöohjelman taustalla on Pidä Saaristo Siistinä ry ja se on kohdennettu suomalaisille venesatamille. Tavoitteena on kehittää kaikenkokoisten venesatamien ympäristönäkökulmia ja turvallisuusasioita. Venesatamien käyttäjät saavat samalla ohjausta ympäristöystävälliseen toimintaan. Tukea saadaan jätehuoltoon ja ympäristötyön kehittämiseen. Roope-satama merkin voi saada, jos on nimennyt ympäristövastaavan, jätehuolto on järjestetty asianmukaisesti, jätevedet käsitellään asianmukaisesti, turvallisuudesta on huolehdittu, tiedotetaan ja opastetaan ympäristö- ja turvallisuusasioista, satama on siisti ja roskaton sekä halutaan olla mukana kehittämässä satamatoimintaa. Lisäksi saa muun muassa lipun salkoon. Roope-satama huomioi ekologisen kestävyys ulottuvuuden. Ohjelmamaksu on 120€ vuodessa. Hintaan sisältyy yksi Roope-lippu. Jos haluaa ylimääräisiä lippuja, niistä veloitetaan 40€ kpl. Auditointiväli 1-2 vuotta. (Business Finland 2020; Pidä Saaristo Siistinä ry 2020.)

## 4.4 TourCert

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Tour Cert
	www-sivut	<a href="http://www.tourcert.org/en/">www.tourcert.org/en/</a>
	Hinta	Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifikaatti maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€.
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen

**TourCert** sertifiointi järjestelmä perehdyttää kohteita, yrityksiä ja matkailijoita kestäväan matkailuun. Se tarjoaa indikaattoreita, kriteereitä ja työkaluja, joilla yhteiskuntavastuuta mitataan. TourCert auttaa kestäväan kehityksen suunnittelman toteuttamisessa ja lisäksi se esimerkiksi konsultoi, järjestää seminaareja ja tarjoaa itsearviointityökaluja jäsenille. Sertifiointi on kansainvälinen. TourCert huomioi sosio-kulttuurillisen, taloudellisen ja ekologisen kestävyuden ulottuvuudet. Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perehdytysmaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifikaatti maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perehdytysmaksu on 19350€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perehdytysmaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€. (Business Finland 2020; TourCert 2020.)

4.5 WWF Green Office

Sertifikaatin tiedot		
WWF Green Office  	Hallinnoija	WWF Suomi
	www-sivut	wwf.fi/greenoffice/
	Hinta	Liittymismaksu 1500€ - 6000€ - koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Toimistot tai toimiston kaltaiset ympäristöt
	Ulottuvuudet	Ekologinen

**WWF Green Officen** tarkoituksena on auttaa toimimaan ympäristövastuullisesti pienentämällä hiilijalanjälkeä, viisaalla luonnonvarojen käytöllä sekä suojelemalla luonnon monimuotoisuutta. Green Officessa on seitsemän teemaa: johtaminen, sitouttaminen ja viestintä, vesi ja energia, kierrätys, siivous ja lajittelu, liikkuminen, ruoka ja hankinnat. Tukea saa ympäristöosaamiseen. Tuloksia on myös hyvä analysoida erilaisin mittarein (Julkunen 2020). Merkki brändää vastuulliseksi toimijaksi ja se onkin todistus hyvin hoidetuista vastuullisuusasioista. Asiakkaalle ja sidosryhmälle se kertoo ympäristöasioista huolehdittavan toimitiloissa, päätöksenteossa ja toiminnassa (Virta-Toikka 2019). WWF Green Office huomioi ekologisen kestävyuden ulottuvuuden. Liittymismaksu on 1500€ - 6000€ -Koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan. Auditointiväli kolme vuotta. (Business Finland 2020; WWF Suomi 2020a)

Liite 3 32(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

## LÄHTEET

Biosphere Tourism 2020a. The certification of tourism sustainability. Viitattu 14.11.2020. <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification/83>.

– 2020b. Biosphere Certification Standards. Viitattu 14.11.2020. <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification-standards/99>.

Ekokompassi 2020. Ekokompassin 10 kriteeriä. Viitattu 14.11.2020. <https://ekokompassi.fi/ymparistojarjestelma/10-kriteeria/>.

Forum Anders Reisen 2019a. Philosophie. Viitattu 5.9.2020. <https://forumandersreisen.de/ueber-uns/philosophie/>.

– 2019b. Kriterienkatalog. Viitattu 5.9.2020. <https://forumandersreisen.de/ueber-uns/kriterienkatalog/>.

GEO Foundation 2020. Certification. Viitattu 14.11.2020. <https://sustainable.golf/vision/action/certification>.

Global Sustainable Tourism Council 2020a. GSTC for Hotels and Accommodations. Viitattu 14.11.2020. <https://www.gstcouncil.org/for-hotels-accommodations/>

–2020b. GSTC for Tour Operators. Viitattu 14.11.2020. <https://www.gstcouncil.org/for-tour-operators/>

Green Globe 2020a. Certification Levels. Viitattu 14.11.2020. <https://greenglobe.com/certification-levels/>.

– 2020b. Standard Criteria and Indicators. Viitattu 14.11.2020. <https://greenglobe.com/standard/>.

– 2020c. Green Globe Certification. Viitattu 14.11.2020. <https://greenglobe.com/green-globe-certification/>.

Green Key 2020a. Green Key ja Green Activities hakemusprosessin eteneminen ja päätöksenteko. Viitattu 14.11.2020. <http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>.

Green Key 2020b. Green Activities kriteeristö 2020. Viitattu 14.11.2020. [http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2020/05/GreenActivities-kriteerist%C3%B6\\_2020.docx](http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2020/05/GreenActivities-kriteerist%C3%B6_2020.docx).

Hostelling International 2020. Sustainable Hostelling. Viitattu 14.11.2020. <https://www.hihostels.com/pages/535>.

Pidä Saaristo Siistinä ry 2020. Roope-satama on ympäristöystävällinen satama. Viitattu 14.11.2020. <https://www.pidasaaristosiiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat>.

Responsible Tourism Institute 2020. About Us. What is The Responsible Tour-

Liite 3 33(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

ism Institute? Viitattu 14.11.2020. <https://www.responsibletourismstitute.com/en/about-us/6>.

Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry. 2020a. Suomen luontomat-  
kailuyhdistys. Viitattu 14.11.2020. [https://luomumatkailu.fi/suomen-luomumat-  
kailuyhdistys/suomen-luomumatkailuyhdistys/](https://luomumatkailu.fi/suomen-luomumat-<br/>kailuyhdistys/suomen-luomumatkailuyhdistys/).

Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT Suomi ry 2020b. Laatu ja kestävyys  
luomumatkailussa. Viitattu 14.11.2020. [https://luomumatkailu.fi/laatu-ja-kes-  
tavyys-luomumatkailussa/](https://luomumatkailu.fi/laatu-ja-kes-<br/>tavyys-luomumatkailussa/).

Taattua Laatua. Tutustu matkanjärjestäjillä käytössä oleviin laatujärjestelmiin.  
Viitattu 1.9.2020. [https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palve-  
lut/matkailun-ed.istaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat/](https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palve-<br/>lut/matkailun-ed.istaminen/vastuullisuus/sertifioinnit--ohjelmat/).

Travelife Accommodation Sustainability 2020a. Six steps to better business. Vii-  
tattu 14.11.2020. <https://travelifestaybetter.com/how-it-works/>

–2020b. The Travelife certification process. Viitattu 14.11.2020. [https://trav-  
elifestaybetter.com/the-certification-process/](https://trav-<br/>elifestaybetter.com/the-certification-process/).

–2020c. The Travelife checklist. Viitattu 14.11.2020. [https://travelifestaybet-  
ter.com/the-travelife-standard/](https://travelifestaybet-<br/>ter.com/the-travelife-standard/).

–2020c. Certification procedure. Viitattu 14.11.2020. [https://www.trave-  
life.info/index\\_new.php?menu=certification&lang=en](https://www.trave-<br/>life.info/index_new.php?menu=certification&lang=en).

TourCert 2020. Why TourCert? Viitattu 14.11.2020.  
<https://www.tourcert.org/en/why-tourcert/>.

– 2020b. TourCert. Certification prices. Viitattu 14.11.2020  
[https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2019/07/TourCert-Certifica-  
tion\\_Prices\\_2018-1.pdf](https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2019/07/TourCert-Certifica-<br/>tion_Prices_2018-1.pdf)

Tranchard, S. 2018. New version of ISO 14024 on ecolabelling just published.  
ISO. Viitattu 14.11.2020. <https://www.iso.org/news/ref2273.html>

Travelife Sustainability in tourism 2020a. Certifikation. Viitattu 14.11.2020.  
[https://www.travelife.info/index\\_new.php?menu=certification&lang=en](https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en).

–2020b. Standard and criteria. Viitattu 14.11.2020. [https://www.travelife.info/in-  
dex\\_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=en](https://www.travelife.info/in-<br/>dex_new.php?menu=standardsandcriteria&lang=en).

Sustainable Travel Finland E-opas. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestel-  
miä ja ohjelmia. Viitattu 14.11.2020. [https://kestavan-matkailun-e-lear-  
ning.in.howspace.com/](https://kestavan-matkailun-e-lear-<br/>ning.in.howspace.com/)

WWF Suomi 2020. Ympäristöjärjestelmä ja sertifikaatti. Viitattu 14.11.2020.  
<https://wwf.fi/greenoffice/mika-green-office/>.

Ympäristömerkintä Suomi Oy 2020a. Miten kriteerejä laaditaan? Viitattu  
14.11.2020. <http://eu-ymparistomerkki.fi/eu-ymparistomerkki/miten-kriteereja->



Liite 3 34(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi  
laaditaan/.

– 2020b. Tutkittua tietoa. Viitattu 14.11.2020. <https://joutsenmerkki.fi/yrityksille/tutkittua-tietoa/>.

– 2020c.Kriteerit. Viitattu 14.11.2020. <https://joutsenmerkki.fi/kriteerit/>.

Ympäristöministeriö 2012. Faktaa ympäristösuojelusta. EMAS – uskottavuutta ympäristöasioihin. Viitattu 14.11.2020. <https://www.ymparisto.fi/download/no-name/%7B05DBC7CF-A4B1-4F03-88FB-F8F73CA4EB17%7D/24325>.




Liite 3 35(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi



## LIITTEET

Liite 1. Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Liite 3 36(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi




Infopaketin Liite 1 1(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Sustainable Travel Finland -ohjelmaan hyväksytyt sertifikaatit		
Sertifikaatin tiedot		
 <p>Biosphere certified</p>	Hallinnoija	Responsible Tourism Institute(RTI)
	www-sivut	www.biospheretourism.com
	Hinta	Vuosimaksu on 200€ - 1200€ riippuen yrityksen tai matkailualueen koosta.
	Auditointi	Kerran vuodessa
	Soveltuvuus	Kaikki matkailualan palvelut ja organisaatiot
	Uloottuvuudet	Ekologinen
Sertifikaatin tiedot		
 <p>ECEAT Suomi Suomi</p>	Hallinnoija	Suomen luomumatkailuyhdistys – ECEAT Suomi ry
	www-sivut	www.luomumatkailu.fi
	Hinta	Jäsenmaksu on 150€ + 200€ liittymismaksu uusille jäsenille. Yrityksille/yhteisöille, joissa matkailutoiminnan liikevaihto on vähäisempää, jäsenmaksu on 80€ + 120€ liittymismaksu. Päätöksen maksuluokasta tekee yhdistyksen hallitus.
	Auditointi	Ajoittaiset tarkastusvierailut
	Soveltuvuus	Esimerkiksi Matkailupalveluja tarjoavat luomutilat, Ympäristövastuulliset majatalot
	Uloottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurillinen, taloudellinen
Sertifikaatin tiedot		
 <p>EKO KOMPASSI</p>	Hallinnoija	Suomenluonnonsuojeluliiton Kinos OY
	www-sivut	www.ekokompassi.fi
	Hinta	Ekokompassi-ympäristöjärjestelmän hinta koostuu rakentamismaksusta, vuosimaksusta ja auditointimaksusta. Rakentamismaksu on alkaen 1500€, henkilöstömäärän/kävijämäärän perusteella, vuosimaksu on 500€, auditointi 600€-900 € riippuen organisaation koosta.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pk-yritykset, tapahtumat ja julkinen sektori
	Uloottuvuudet	Ekologinen

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökeskus
	www-sivut	<a href="http://www.ymparisto.fi/emas">www.ymparisto.fi/emas</a>
	Hinta	Suomen ympäristökeskus perii rekisteröinnin yhteydessä maksun rekisteröintihakemuksen käsittelystä sekä vuosittain maksun rekisteröinnin uusimisesta. Rekisteröintihakemuksen käsittely on alkaen 252€, maksujen hinnat vaihtelevat henkilömäärän ja käsittelyn vaatiman työmäärän mukaan. Maksu rekisteröinnin uusimisesta koskevista toimista peritään rekisteröityyn organisaatioon kuuluvien toimipaikkojen lukumäärän mukaisesti alkaen 252€.
	Auditointi	Vuosi
	Soveltuvuus	Kaikki yritykset ja organisaatiot
	Ulottuvuudet	Ekologinen
	Sertifikaatin tiedot	
	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	<a href="http://www.eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/">www.eu-ymparistomerkki.fi/yrityksille/</a>
	Hinta	Hakemusmaksut ovat yrityskohtaisia alkaen 350€, alennukset hakemusmaksusta: EMAS-alennus 30% ja ISO14001-alennus 15%. Vuosi-maksu on hakijaa ja tuoteryhmää kohti vähintään 500€ ja enintään 25 000€, alennukset vuosimaksusta: mikroyritykset, Pk-yritykset ja kehitysmaiden tuotevalmista-jat/palveluntarjoajat 25%, EMAS-alennus 15%. Tarkastuskäynteistä veloitetaan matka- ja majoituskustannukset. Luvan laajennuksista ja muutoksista veloitetaan 115€/tunti, kuitenkin enintään 2000€ / 600€ / 350 € yrityksen koosta riippuen.
	Auditointi	Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta
	Soveltuvuus	Majoitusliikkeet, hotellit, hostellit, leirintäalueet
	Ulottuvuudet	Ekologinen, taloudellinen




Liite 3 38(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Infopaketin Liite 1 3(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Sertifikaatin tiedot		
<p>Forum Anders Reisen</p> 	Hallinnoija	Forum Anders Reisen
	www-sivut	<a href="http://www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/">www.forumandersreisen.de/startseite/aktuelles/</a>
	Hinta	Jäsenmaksujen suuruuden ja eräpäivän sekä maksurakenteen määrittää jäsenkokous johtokunnan esityksen perusteella uudelle varainhoitovuodelle. Liitteenä mukana, minkä mukaan jäsenmaksut laskeaan (MitegliedsbeiträgeFar)
	Auditointi	Hakemuksen voi lähettää yritys, joka on toiminut vähintään 2 vuotta matkailusektorilla ja sen voin lähettää milloin vain. Liittymisen jälkeen yhtiö sitoutuu kahden ensimmäisen vuoden aikana käymään Tour-Cert Chek:in läpi sekä koko CSR-prosessin onnistuneella sertifisoinilla ensimmäisten neljän vuoden aikana.
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, kulttuurinen, taloudellinen
Sertifikaatin tiedot		
<p>GEO Golf</p> 	Hallinnoija	Geo Foundation
	www-sivut	<a href="http://www.sustainable.golf">www.sustainable.golf</a>
	Hinta	Vuosimaksu 300€, Arviointi paikan päällä 1150€, etäarviointi 315€ ja hallintomaksu 315€
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Golfkentät
	Ulottuvuudet	Ekologinen
Sertifikaatin tiedot		
<p>Green Globe</p> 	Hallinnoija	Green Globe Certification
	www-sivut	<a href="http://www.greenglobe.com">www.greenglobe.com</a>
	Hinta	Vuosimaksun hinta määräytyy yrityksen koon mukaan alkaen \$750 - \$5000
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Pitkään kestävän matkailun eteen työskennelleet kansainväliset matkailutoimialan yritykset voivat haakea tätä standardia.
	Ulottuvuudet	Ekologinen


Liite 3 39(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Infopaketin Liite 1 4(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Vuosimaksu riippuu yrityksen koosta ja toimialasta, hinnat ovat alkaen 550€-1750€. Green Activities auditointi maksaa luontoyrittäjille 400€/kerta + matkustuskulut. Green Key auditointi maksaa 500€/kerta + matkustuskulut.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Erilaiset majoituspalvelut, maatilamatkailu, leirintäalueet, kahvilat, ravintolat, käyntikohteet ja matkailunähtävyydet, ohjelmalvelut, aktiviteetit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen
Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Suomen Ympäristökasvatus Oy
	www-sivut	www.greenkey.fi
	Hinta	Ohjelman vuosimaksu on 550€ ja auditointi 500€ (+alvt).
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Pienet ohjelmalvelu- ja luontoyrittäjät, joilla ei ole omia tiloja (mikäli omia tiloja, tällöin voi hakea Green Keytä)
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen
Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Hostelling International
	www-sivut	www.hihostels.com/pag
	Hinta	Vuosimaksu 350€
	Auditointi	Hostelli auditoidaan HI:n tai Hostellijärjestön puolesta, kun hostelli kokee olevansa valmis sertifioitavaksi. HI-Q&S hostellit auditoidaan HI:n toimesta joka 3. vuosi.
	Soveltuvuus	Hostelling International (HI)-hostellit
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen




Liite 3 40(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Infopaketin Liite 1 5(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Sertifikaatin tiedot		
ISO 14001	Hallinnoija	ISO 14001
	www-sivut	www.sfs.fi/aihealueet/palvelut
	Hinta	Sertifioinnin hinnoittelu perustuu yrityksen kokoon, toimipaikkojen määrään ja toimialan ympäristövaikutusten tasoon (high, medium, low, limited). Ympäristöstandardin nykyhinnan voi tiedustella sales@sfs.fi.
	Auditointi	Sertifikaatti myönnetään 3 vuodeksi kerrallaan. Seuranta-arvioinnit tulee tehdä vuosittain. Kolmivuotiskauden jälkeen tehdään uudelleensertifiointiarviointi, jolloin sertifikaatin voimassaoloa voidaan jatkaa seuraava 3 vuotta
	Soveltuvuus	Kaikenkokoiset organisaatiot ja yritykset
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen
Sertifikaatin tiedot		
Joutsenmerkki 	Hallinnoija	Ympäristömerkintä Suomi Oy
	www-sivut	www.joutsenmerkki.fi
	Hinta	Hakemusmaksu on 1500€ tai 3000€ yrityksen liikevaihdon mukaan. Uusintahakemus on 1500€. Uusintahakemus tehdään kriteerien uudistumisen yhteydessä, noin 3-5 vuoden välein. Vuosimaksu on liikevaihdon mukaan 2000€-5500€ (0,15% alle 1,5M€ kokonaisliikevaihdosta/yksikkö ja 0,03% yli 1,5M€ menevästä osasta).
	Auditointi	Ympäristömerkin lupa on voimassa niin kauan kuin tuote täyttää vaatimukset tai kunnes kriteereiden voimassaoloaika päättyy. Kriteerit ovat voimassa noin 3-5 vuotta. Ympäristömerkintä valvoo vaatimusten täyttymistä vuosittain luvan voimassaoloaikana.
	Soveltuvuus	Hotellit, retkeilymajat, ravintolat, kongressi- ja kokouskeskukset
	Ulottuvuudet	Ekologinen
Sertifikaatin tiedot		
Roope-satama 	Hallinnoija	Pidä Saaristo Siistinä ry
	www-sivut	www.pidasaaristosiiistina.fi/ymparistotietoa/roope-satamat
	Hinta	Ohjelmamaksu on 120€ vuodessa. Hintaan sisältyy yksi Roope-lippu. Jos haluaa ylimääräisiä lippuja, niistä veloitetaan 40€ kpl.
	Auditointi	1-2 vuotta
	Soveltuvuus	Pienvenesatamat
	Ulottuvuudet	Ekologinen

Liite 3 41(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Infopaketin Liite 1 6(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	Tour Cert
	www-sivut	<a href="http://www.tourcert.org/en/">www.tourcert.org/en/</a>
	Hinta	Hinta riippuu yrityksen koosta ja toimialasta. Matkanjärjestäjät ja muut matkailuyritykset: Perekymaksu on 1200€-6000€ joka sisältää muun muassa e-oppaan, perehdytys workshopin, etävalmennuksen. Auditointi ja sertifikaatti maksu on 900€-2250€, vuosimaksu 750€-2150€. Kohteet: Perekymaksu on 19350€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 4500€, vuosimaksu 4050€. Hotellit ja muut majoitustoiminta: Perekymaksu on 3200€-8750€, auditointi ja sertifikaatti maksu on 1350€ -2700€, vuosimaksu 750€-2900€.
	Auditointi	
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen
	Sertifikaatin tiedot	
	Hallinnoija	Travelife Limited
	www-sivut	<a href="http://www.travelifestaybetter.com">www.travelifestaybetter.com</a>
	Hinta	Hinta on kahden vuoden ajalta alkaen 565€-1950€ sisältäen auditoinnin.
	Auditointi	Paikan päällä tehtävä tarkastus 2 vuoden välein
	Soveltuvuus	Majoitus
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen
Sertifikaatin tiedot		
	Hallinnoija	ECEAT
	www-sivut	<a href="http://www.travelife.info">www.travelife.info</a>
	Hinta	Jäsenmaksu on 200€-400€ vuodessa, sertifiointi maksaa 400€-2000€ vuodessa riippuen henkilökunnan määrästä.
	Auditointi	Kerran kahdessa vuodessa
	Soveltuvuus	Matkanjärjestäjät, matkatoimistot, kuljetusyrietykset, retkipalveluiden tarjoajat
	Ulottuvuudet	Ekologinen, sosiaalinen, kulttuurinen, taloudellinen



Liite 3 42(43). Ekosertifikaattien infopaketti STF-ohjelman tueksi

Infopaketin Liite 1 7(7). Sertifikaattitaulukko STF-ohjelmaan hyväksytyistä sertifikaateista

WWF Green Office		
	Hallinnoija	WWF Suomi
	www-sivut	<a href="http://wwf.fi/greenoffice/">wwf.fi/greenoffice/</a>
	Hinta	Liittymismaksu 1500€ - 6000€ - koskee organisaation suurinta toimistoa ja määräytyy toimiston henkilöstömäärän mukaan. Vuosimaksu 2000€ - 8000€ määräytyy toimiston henkilöstömäärän ja toimipaikkojen lukumäärän mukaan.
	Auditointi	3 vuotta
	Soveltuvuus	Toimistot tai toimiston kaltaiset ympäristöt
	Ulottuvuudet	Ekologinen

## Ekosertifikaattien vaikutus asiakaskokemukseen matkailualalla

### Johdanto

Tässä raportissa käsitellään matkailualalla toimivien vastuullisten yritysten sertifioidun vastuullisuuden näkyvää vaikutusta asiakaskokemukseen ja tutkitaan vastuullisuusviestinnän toteutumista ja laatua näiden yritysten internetsivuilla, sosiaalisessa mediassa sekä yleisimmillä varaus- ja arviointisivustoilla. Raportti on liite opinnäytetyöhön nimeltään Kestävän matkailun sertifikaatin valinta. Sertifioinnin vaikutus asiakaskokemukseen. Raportin lukijalla oletetaan olevan jonkinlainen käsitys matkailun ekosertifikaateista ja yritysten vastuullisuusviestinnästä. Lisäksi tutkimusmenetelmänä käytettävää havainnointia tulisi tuntea. Tämä tulee huomioida varsinkin, mikäli raporttia luetaan kyseisestä opinnäytetyöstä irrallaan.

Opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa ekosertifikaatteja tutkiessa nousi esiin tutkimustuloksia, jotka korostivat sertifioinnin ja toimivan vastuullisuusviestinnän positiivisia vaikutuksia asiakaskokemukseen matkailualalla ja asiakassegmenttejä, jotka valitsevat matkakohteensa vastuullisuuden takia. Kyseiset tutkimukset toimivat syykkeenä opinnäytetyön aiheen laajentamisessa koskemaan myös näitä aiheita. Samalla opinnäytetyö sai laajemman, koko alaa hyödyttävän tehtävän alkuperäisen toimeksiannon rinnalle.

Tutkimus on raportissa jaettu toimialoittain majoituspalveluun, ohjelmapalveluun ja muihin toimijoihin. Toimialojen sisältä on valittu tarkasteltavaksi vastuullisia yrityksiä monipuolisesti. Osa yrityksistä on pk-yrityksiä ja osa markkinoita hallitsevia ketjuja. Lisäksi eri yrityksillä on saman toimialan sisällä eri sertifikaatteja käytössään, joten tämäkin täytyy ottaa huomioon tarkasteltavia yrityksiä rajatessa. Toimialajaon tarkoituksena on mahdollistaa eri yritysten tulosten peilaaminen keskenään toimialan sisällä.

Tutkimuksen ensisijaisena tehtävänä on selvittää sertifioinnin ja vastuullisuusviestinnän tuomaa lisäarvoa yrityksille ja asiakkaille. Vastuullisuusviestinnän rooli kuitenkin korostuu haasteellisissa tilanteissa, joten yritysten reagointi asiakkaan selkeästi negatiivisiin kokemuksiin on tässä tutkimuksessa suurennuslasin alla. Havainnointi ja analysointi tehdään puolueettomasti, ilman merkittäviä sidoksia tarkasteltaviin yrityksiin, eikä yhtäkään yksittäistä toimijaa nosteta jalustalle tai vaihtoehtoisesti mustamaalata. Yrityksiä ei mainita nimeltä, ellei se ole välttämätöntä. Näin pidetään tutkimuksen pääpaino toimialakohtaisena.

Tutkimuksen toteutus Tutkimus alkoi syksyllä 2020. Se rajoittui Suomessa toimivien sertifioitujen vastuullisten matkailuyritysten toimintaan ja alkoi näiden yritysten kartoituksella. Alusta asti oli selvää, että resurssit eivät riittäisi kaikkien tällaisten yritysten laajamittaiseen toiminnan tarkasteluun ja tutkimiseen, joten jonkinlaista rajausta täytyi tehdä. Myös vastuullisuuden määritelmän suhteen täytyi suunnitella suuntaa antava raja. Tarkasteltavaan vastuullisuuteen kuuluvaksi päätettiin sisällyttää STF-ohjelman mukaiset vastuullisuuden ja kestävyuden osa-alueet: ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen vastuullisuus. Näihin liittyvien toimenpiteiden näkyvyyttä tarkasteltiin monimuotoisesti asiakkaan näkökulmasta. Lisäksi selvää lisäarvoa tuovaa vastuullisuutta huomioitiin mahdollisuuksien mukaan myös muiden toimenpiteiden kautta, kunhan sitä oli osattu perustella selvästi.

Tutkimus päätettiin painottaa koskemaan majoituspalveluyrityksiä, koska opinnäytetyöryhmän jäsenillä on näiden toiminnasta eniten kokemusta. Lisäksi taustalta nousi ajatus ketjuhotellien standardoidun vastuullisuusviestinnän mahdollisuudesta, jolloin saman ketjun hotelleissa täytyisi työntekijöiden kyetä tasalaatuisen vastuullisuusviestintään. Majoituspalvelualalta otettiin tarkastelun kohteiksi myös ketjujen ulkopuolisia hotelleja ja muita majoituspaikkoja vertailukohteiksi ja tuomaan toimialan sisälle eri kokoluokan toimijoita käsiteltäväksi.

Ohjelmapalveluun suhtaudutaan tässä käsitteenä verrattain liberaalisti. Tähän kategoriaan lukeutuu kaikenlainen ohjattu toiminta koiravaljakkoajeluista ja porotilavierailuista aina kalastusretkiin ja kävelykierroksiin kaupungeissa. Pääpaino näissä toimijoissa on heidän toimintansa toteutuksessa, joka useimmissa tapauksissa ei vaadi moottoroitua ajoneuvoa, mikä on monissa keskeisissä sertifikaateissa osana ehtoja tai vähintäänkin nähdään positiivisena asiana.

Muihin toimijoihin lukeutuvat hiihtokeskukset, matkustusliikenteen palveluntarjoajat ja vierailtavat kohteet. Tähän kategoriaan ei tällä kertaa sisällytetä esimerkiksi matkailun rajapinnassa toimivia ravintoloita, koska tutkimuksessa pyritään tarkastelemaan selkeästi matkailualan toimijoita. Tämän rajauksen puitteissa ei ole loogista yrittää peilata yritysten toimintaa keskenään verrattuna edellisiin selkeisiin päätoimialoihin. Hiihtokeskusten kohdalla voidaan jotain linjanvetoa tehdä vastuullisuusviestinnän suhteen, mutta esimerkiksi raideliikenteessä toimijoista ei suoranaisesti ole ylitarjontaa, joten mahdollinen peilaus kohdistuisi muihin matkustajaliikenteeseen painottuneisiin toimijoihin, joilla ei välttämättä ole edes ensisijaisesti sama asiakassegmentti haussa.

Toimialarajauksen lisäksi täytyy rajata mitä osia yrityksen viestinnästä tarkastellaan. Internetsivut ovat selkeä informaationlähde useimmilla toimijoilla. Lisäksi monet yritykset ovat aktiivisia sosiaalisessa mediassa, joten nämä sivustot tulee ottaa mukaan käsittelyyn. Tässä vaiheessa tutkimusta yrityksestä tiedetään vain se, mitä he kertovat itsestään ja toiminnastaan.

Konkreettista asiakaskokemuskuvaa haetaan yleisimmiltä varaus- ja arviointisivustoilta kuten Tripadvisor ja Booking.com. Näillä sivustoilla palvelun vahvistetut ostajat kirjoittavat arvionsa yrityksestä. Yritykset usein myös vastaavat näihin arvioihin. Näin saadaan tutkittua vahvistettujen asiakkaiden mielipiteitä yrityksen toiminnasta ja dialogia asiakkaan ja yrityksen välillä. Ajallinen rajausta näiden arvioiden tutkimuksessa päätettiin kohdistaa koskemaan vuosien 2019 ja 2020 aikana annettuja arvioita, palautteita ja kommentteja. Tässä painotetaan vuotta 2019 ja alkuvuotta 2020, koska koronaviruspandemian aiheuttamien matkustusrajoitusten aikana useilla toimijoilla toiminta on ollut vähäistä tai olematonta. Tästä syystä myös niillä yrityksillä, joilla toimintaa on ollut, ovat kotimaanmatkailijat olleet yliedustettuina tavanomaiseen tilanteeseen verrattuna, jolloin tutkimuksen luotettavuus kärsisi. Lisäksi osalla tällä hetkellä sertifioituista yrityksistä on käytössään sellaisia sertifikaatteja, joita ei ole ollut olemassa ennen vuotta 2019. Ajallinen rajausta on pyritty tekemään niin, että tulokset edustaisivat alan tavanomaista tilannetta ja tuoreinta luotettavaa informaatiota.

Yrityksen internetsivuilla ja sosiaalisessa mediassa julkaistavaa vastuullisuusviestintää peilataan asiakasarviointeihin ja niihin annettuihin vastauksiin. Ketjuyritysten kohdalla peilataan ketjun sisäisesti yritysten toimintaa keskenään ja lopuksi vielä mahdollisuuksien rajoissa toimialoittain. Toimialakohtaiset tutkimukset ja tulokset käsitellään omina alalukuinaan seuraavaksi.

#### Majoituspalveluala

Majoituspalveluyritysten kotisivuilla viestitään vastuullisuudesta pääsääntöisesti laadukkaasti. Useimmiten sertifikaattien logot sijaitsevat jo etusivulla tai viimeistään vastuullisuudesta kertovassa osiossa, joka on sivuilla helposti löydettävissä. Vastuullisuusosiossa painotetaan vastuullisuuden eteen tehtyjä toimenpiteitä ja niiden merkitystä sekä kannustetaan asiakkaitakin vastuullisiin tekoihin. Lisäksi näitä kohtia tuetaan tarjoamalla linkkejä ajantasaisiin vastuullisiin aineistoihin. Joillain toimijoilla lisäarvoa tuodaan kertomalla heidän omille asiakkailleen tehdyistä kyselyistä, joiden tuloksista käy ilmi, että valtaosalla ostopäätökseen vaikuttaa vastuulliset toimenpiteet.

Sosiaalisessa mediassa majoituspalveluyritykset tuovat julkaisuissaan hyvin esiin vastuullista toimintaa. Sertifikaattien vaatimusten mukaisia toimenpiteitä havainnollistetaan julkaisuilla asiakkaille ymmärrettävästi. Osa yrityksistä ottaa kantaa vähemmistöjen sortamiseen ja muihin ihmisoikeusloukkauksiin. Joillain toimijoilla on tapana lähteä mukaan ylikulutuksen vastustamista julistaviin kampanjoihin, ja toiset osallistuvat esimerkiksi Earth Hour -tapahtumaan vuosittain näyttävästi. Yritykset tuovat lisäksi julkaisuissaan selkeästi esiin tekemiään lahjoituksia, jotka tukevat vastuullisuuden eteen tehtyä työtä. Esimerkiksi veden säästämiseen liittyvästä taloudellisesta hyödyistä lahjoitetaan rahaa Itämeren suojeleluun.

Majoitusyritykset nostavat kasvavassa määrin esiin vastuullisuuden eteen tehtyjen toimenpiteiden vaikutuksia jo majoitusvarausta tehdessä, joten asiakkaiden saatavilla oleva informaatio kasvaa ja laatu paranee koko ajan. Tämä täytyy ottaa huomioon esimerkiksi vuoden

takaisia arviointeja tarkasteltaessa. Varaus- ja arviointisivustoilla painotetaan tarkastelussa kysymyksiä, kommentteja ja arviointeja, jotka liittyvät jollain tasolla vastuullisuuden elementteihin. Tärkeässä roolissa on yrityksen asiakaspalveluhenkilöiden taito vastata näissä tilanteissa ja hotelliketjujen kohdalla havainnoidaan hotellien viestinnän tasalaatuisuutta.

Arviointien tarkastelun perusteella ei voida nostaa vastuullisuudesta kiinnostuneita asiakkaita esiin kovin laajasti näkyvänä asiakassegmenttinä. Ajoittain arvioinneissa esiintyy yksittäisiä kiitoksia vastuullisuudesta, mutta ei läheskään siinä määrin kuin aiheen tutkimuksista voisi päätellä. Esimerkiksi jo aiemmin mainitun majoitusyrityksen oma kysely vastuullisuuden merkityksestä majoitusvalinnassa sai vastauksen, jonka mukaan keskimäärin lähes kolme neljästä valitsee majoituksensa vastuullisuuden mukaan. Onko kyse vastuullisten toimenpiteiden heikosta näkyvyydestä, vai onko näille asiakkaille vastuullisuus jo niin selkeä itseisarvo, ettei siitä tarvitse mainita arvioinneissa? Tämä saattaisi toisaalta tarkoittaa myös sitä, että vastuulliset toimenpiteet ovat selvästi toimivia, koska puutteellisesta vastuullisuudesta tulisi tältä asiakassegmentiltä todennäköisesti laajemmin palautetta. Vastuullisen toiminnan kyseenalaistavaa palautetta tuli vastaan joidenkin yritysten kohdalla, mutta painotus tällaisilla arvioinneilla oli ehkä yksi viidestäsadasta. Tosin vastuullisen toiminnan kyseenalaistaviin kommentteihin vastaamisessa on tärkeää kiinnittää huomiota vastauksen laatuun. Joissain yksittäistapauksissa yritykset olivat jopa jättäneet kokonaan vastaamatta tällaisiin palautteisiin, mitä ei koskaan saisi tapahtua. Vähintäänkin tulisi pahoitella tilannetta ja painottaa, että vastuullinen toiminta on yritykselle tärkeää ja mainittuun tilanteeseen otetaan koko työyhteisön tasolla kantaa.

Vastuullisuuteen liittyvien kommenttien selkeä enemmistö arvioinneissa painottui tilanteisiin, joissa asiakas ei ollut ymmärtänyt jonkin tilanteen olevan vastuullisen toimenpiteen tulos. Tällaisissa tilanteissa vastuullisuusviestinnän merkitys korostuu, kun pyritään tuomaan asiakkaalle näkyväksi toiminnan vastuullisuus. Havainnoidaan siis esimerkkitalanteiden kautta asiakaspalveluhenkilöstön toimintaa vastuullisuusviestinnän kärkenä, kun tällaisia asiakaskohtaamisia tulee toiminnassa vastaan.

Ketjuhotelleissa nousee esiin asiakassegmentti, joka haluaa, että huoneessa on kylpytossut, hammasharja ja -tahna, sekä kertakäyttömuksuja ja mahdollisesti parranajovälineet. Vastuullinen toimija vastaa tällaiseen hämmästyneeseen tai jopa hieman vihaiseen kommenttiin asiallisesti selittämällä lyhyesti kertakäyttötavaroiden käyttökulttuurin olevan hotellin vastuulliseen toimintaan kuulumatonta ja ehkä mainostaa mahdollisuutta ostaa suomalaisia vastuullisesti valmistettuja hygieniatarvikkeita hotellin vastaanotosta. Tällaisen esimerkkivastauksen kaltaisten vastausten kanssa jopa saman hotellin sisällä osa vastauksista samanlaiseen tilanteeseen sisältää vain maininnan, että kyseisen hotellin sviitin hintaan kuuluu mainitut kylpytossut ja ehkä ohimenneen vastauksen lopussa, että hotelli ajattelee ympäristöä toiminnas-

saan. Mitä hotellin toiminnasta viestii, että tilanteeseen, jossa on mahdollisuus painottaa vastuullisuutta, korostetaankin ensisijaisesti mahdollisuutta huoneluokan korotukseen? Ekosertifikaattien yhteydessä käydään usein keskustelua mahdollisesta toiminnan viherpesusta, mitä tällainen viestintä ei suoranaisesti vähennä. Toinen painotettava asia tällaisessa viestinnän epätasaisuudessa saman hotellin sisällä on hotelliketjun sisäisten standardien tarkentamisessa. Jostain syystä samoissa hotelleissa asiakaspalvelijat osaavat lähes poikkeuksetta vastata arviointeihin vastuullisuuden kautta, kun kyse on siitä, miksi majoittujaa kohti on vain kaksi pyyhettä tai miksi pyyhkeitä ei ole vaihdettu, kun ne on jätetty naulaan roikkumaan.

Myös yksittäisillä, ketjujen ulkopuolisilla majoitusyrityksillä on parantamisen varaa kylpyhuoneen puolelle liittyvien kommenttien käsitelyssä. Kertakäyttötuotteiden puutetta on joissain tapauksissa perusteltu mahdollisuutena pitää huoneen hinta matalana, ilman lyhyttäkään mainintaa vastuullisuudesta. Joillain toimijoilla on suihkun tehoa ja lämpimän veden saatavuutta rajattu vastuullisena toimenpiteenä, mutta samaan aikaan aiheen kommentteihin vastataan, että yritys pyrkii parantamaan toimintaansa saatujen arviointien ja kommenttien perusteella.

Yksittäisissä arvioinneissa käsitellään huolta aamiaisen ruokahävistä. Näiden kommenttien perusteella ja osana vastuullista toimintaa osa yrityksistä myy tai lahjoittaa hävikkiruokaa. Vastuullisuuden monimuotoisuudesta kertoo arvioinneista esiin nousevat kiitokset saavutettavuudesta, joka on majoitusyrityksissä otettu huomioon. Saavutettavuuteen liittyviin kehitysehdotuksiin on yritysten puolelta otettu kantaa kommentoinneissa kertomalla pyörätuolien lainaamismahdollisuudesta ja turhien kynnysten poistamisesta sekä kaiteiden lisäämisestä.

Kieliasiat ovat osa vastuullisuutta, varsinkin kun puhutaan maan virallisista kielistä. Arviointeja tarkasteltaessa tuli vastaan paljon ruotsinkielisiä kommentteja, joissa oltiin huolissaan siitä, että palvelua ei saa ruotsiksi, vaikka asiakaspalvelijoita olisi paikalla monta. Tällaisiin kommentteihin vastattiin usein ruotsiksi pahoittelemalla tilannetta ja kertomalla, että yrityksessä on useita ruotsin kielen puhujia. Joskus tällaiset viestit jäivät myös kokonaan huomiotta. Mahtuipa joukkoon myös tilanne, jossa suomalainen asiakas yöpyi suomalaisessa hotellissa ja arvioinnissaan kertoi, ettei ollut saanut keneltäkään palvelua suomeksi. Tähän oli vastattu hotellin puolelta englanniksi, että jokainen arvio on heille tärkeä. Näin ollen joillakin toimijoilla on selvää parantamisen varaa viestinnässään. Vastuullisuuden moninaisuudesta kertoo myös arvioinneissa käsiteltävät turvallisuuteen liittyvät huolet. Näihin osattiin lähes poikkeuksetta vastata majoitusyrityksen turvallisuuden takaamiseen liittyvistä toimenpiteistä kertomalla ja painottamalla kykyä reagoida mahdollisiin uhkatilanteisiin.

Ohjelmanpalveluala

Ohjelmanpalvelualalla toimitaan hyvin erilaisissa ympäristöissä. Alan sisällä on vaikea peilata hyvin erilaisten yritysten vastuullista toimintaa keskenään. Tutkimuksessa painotettiin yleisen vastuullisuuden il-

mapiiirin näkyvyyttä kunkin yrityksen toimintaympäristössä ja sitä, miten vastuulliset toimenpiteet tukevat heidän aluettaan. Ohjelmapalveluyritykset käsittelevät vastuullisuuden teemoja pääsääntöisesti hyvin laajasti ja ne tuovat esiin myös vastuullisia yhteistyökumppaneita. Palveluissa, joissa on mukana eläimiä, on eläinten hyvinvoinnista viestiminen äärimmäisen tärkeässä roolissa. Tässä viestinnässä on onnistuttu hyvin. Luontoon sijoittuvilla ohjelmapalveluyrityksillä nousevat esiin turvallisuus ja saavutettavuus. Turvallisuutta painotetaan usein henkilöstön koulutuksen ja kokemuksen kautta. Saavutettavuudesta viestitään selkeästi, kun kerrotaan mitkä aktiviteetit soveltuvat liikuntarajoitteisille ja lisäksi osa toimijoista tarjoaa virtuaalisia palveluja. Kaupunkien kävelykierroksia tarjoavilla toimijoilla vastuullisuus näyttäytyy internetsivuilla kulttuurisena vastuullisuutena ja asiakkaiden osallistamisella kohti terveellisempiä elämäntapoja tarjoamalla eri pituisia kävelykierroksia eri kuntoisille asiakkaille.

Sosiaalisen median julkaisut tukevat hyvin internetsivujen sisältöä. Eläimet näyttäytyvät kuvissa perheenjäsenenä ja niiden huolenpidosta viestitään näyttävästi. Luontoon sijoittuvia palveluja tarjoavat toimijat ottavat sosiaalisessa mediassa kantaa ympäristön puolesta ja kertovat toimintansa kulttuurin vastuullisuudesta kuvien ja videoiden avulla mainostaen muun muassa lähiruokatuotantona valmistettuja retkiveitä ja painottaen muutenkin toimintansa hyödyistä lähialueille. Kävelykierrosten tarjoajat kertovat julkaisuissaan kävelyn hiilijalanjäljen pienyydestä verrattuna esimerkiksi kiertoajeluihin ja ottavat kantaa ihmisoikeusasioihin.

Arviointisivustoilla eläinten hyvinvointi tulee pääsääntöisesti hyvin esiin kommenteissa. Luontoon sijoittuvien ohjelmapalveluiden asiakkaiden arvioissa käy ilmi, että asiakkaat ovat oppineet uusia asioita luonnosta ja näkevät luonnon enemmän elämyksenä kuin resurssina. Alueiden paikallistuntemusta ja perinnetietämystä on myös kommenttien perusteella siirretty asiakkaille. Osa kävelykierrosten oppaan tehtävää on toimia alueen paikallisten palvelujen suosittelijana. Näiden kierrosten päätteeksi annetaankin lista alueen suositeltavista yrityksistä. Tämä lista ei ole tulostettu versio, vaan se lähetetään asiakkaan sähköpostiin ja se sisältää vain sellaisia yrityksiä, jotka sopivat vastuullisen toimijan yhteistyökumppaniverkostoon. Vastuullisuuteen liittyviä haasteita tai virhekäsityksiä ei juurikaan ilmennyt tutkittujen ohjelmapalveluyritysten yhteydessä, joten vastuullisuusviestintä ei päässyt tällä tavalla selkeään testiin. On tietenkin erittäin todennäköistä, että näiden toimijoiden asiakkaiksi profiloituu sellaisia henkilöitä ja ryhmiä, joiden muutakin toimintaa ohjaa vastuullisuus.

#### Muut toimijat

Majoitus- ja ohjelmapalvelujen lisäksi vastuullisen matkailun piirissä toimii monia yrityksiä ja laajempia organisaatioita, esimerkiksi hiihtokeskuksia, vierailtavia kohteita ja matkustajaliikenteen palveluntarjoajia. Näistä toimijoista monellakaan ei ole joko riittävästi tai ollenkaan arvioita arviointisivustoilla, joten tutkimuksen pääpaino kohdistui näiden toimijoiden näkyvään vastuullisuuteen heidän internetsivuillaan ja sosiaalisessa mediassa. Hiihtokeskukset viestivät vastuullisuudesta

erittäin laajasti internetsivuillaan. Näillä sivuilla on paljon viittauksia tutkittuun vastuulliseen toimintaan ja heidän asiakkaiden, jotka ovat kiinnostuneita talviaktiviteeteistä, oletetaan välittävän ilmastokysymyksistä ja tulevaisuuden talvista. Hiihtokeskusten välillä on painotuseroja vastuullisuusviestinnän suhteen. Eräät toimijat painottavat näyttäviä tilastoja vastuullisuuden eteen tehdyn työn vaikutuksista, kun taas toiset painottavat vastuullisten yhteistyökumppanien verkostoa. Molemmat tyylit toimivat hyvin. Sosiaalisessa mediassa nämä toimijat muistutettavat vuodenaikojen vaihtelun tärkeydestä ja ilmastoystävällistä talvilomamatkoista verrattuna ulkomaille lentämiseen. Näillä toimijoilla asiakassegmenteissäkin korostuvat myös kotimaiset matkailijat, jotka useimmiten tietävät Suomen luontoon liittyvistä asioista enemmän kuin kauempaa saapuvat matkailijat, joten tämä näkyy vastuullisuusviestinnän jakautumisena vahvemmin eri asiakassegmenteille.

Matkustajaliikenteen palveluntarjoajat viestivät toiminnastaan vastuullisena valintana lentomatkailuun tai oman auton käyttöön verrattuna. Samoja vertailuja tuetaan myös esiin tuotavalla matkustamisen mukavuusnäkökulmalla, jolloin vastuullisuusviestintään sisällytetään mahdollista kilpailuetua tuova elementti. Nämä yritykset myös kiinnittävät huomiota vastuullisen toimintansa vaikutukseen asiakkaiden ostopäätösten suhteen, kuten esimerkiksi erään suuremman organisaation vuosittaiset asiakkaille jaettavat kyselyt vastuullisuuden näkyvyydestä osoittavat. Vuosittain tämän kyselyn vastaajista keskimäärin kolme neljästä pitää organisaation toimintaa vastuullisena. Matkustajaliikenteen rajapinnassa kulkee myös vastuullinen satamatoiminta, jota erään toimijan internetsivuilla käsitellään hiilineutraalin sataman tavoitteen kautta. Sosiaalisen median julkaisuilla tuetaan näitä internetsivuilla käsiteltäviä vastuullisuuden osa-alueita havainnoimalla esimerkiksi hiilineutraaliustavoitetta kuvilla uusista aurinkopaneeleista.

Vierailtavilla kohteilla on usein selkeästi yhteistyökumppaneita asemapaikkakunnallaan. Näiden yhteistyökumppanien vastuullisuutta tuodaan esiin sekä yritysten internetsivuilla että sosiaalisessa mediassa. Tällaisten kohteiden tehtäviin kuuluu usein kulttuuriperinnön ja luontokohteiden säilyttäminen ja informaation tarjonta näiden aihealueiden puitteissa. Osa tällaisista kohteista on sellaisia, jotka eivät sovellu kokonaisuudessaan liikuntarajoitteisille ja moni näistä onkin panostanut virtuaalisen kokemuksen tarjoamiseen ja tällaisen tuotteen markkinointiin.

## Päätelmät ja toimenpiteet

Tutkimuksessa käytetyt havainnointimenetelmät sisälsivät kohteita ajatellen sekä onnistumisia että haasteita. Internetsivuja ja sosiaalisen median kanavia on verrattain helppo tarkastella vastuullisuuden näkökulmasta. Näistä saa helposti käsityksen yrityksen vastuullisen viestinnän perustilasta. Haasteita ilmenee, kun lähtee tarkastelemaan vaara- ja arviointisivujen tarjontaa. Tällaisten sivujen arvioita ja kommentteja kahlattiin läpi satojatuhansia ja merkittävä osa lisäarvoa tuoneista teksteistä oli kirjoitettu lukijan kielitaitoon kuulumattomalla kielellä, jolloin valmiin käännöspalvelun tarjoamaa käännöstä täytyi tutkia



tarkasti ja suhteuttaa sitä yrityksen vastaukseen. Nämä toimenpiteet veivät paljon aikaa suhteessa tuomaansa lisäarvoon. Lisäksi sivustojen painopiste vastuullisuuden suhteen on muuttunut viime aikoina. Esimerkiksi Booking.comilla vastuullinen majoitusyritys on saattanut aiemmin sisällyttää periaatteitaan esittelytekstiin, mutta nykyään vastuulliset toimenpiteet tuodaan erillisenä laatikkona esiin, jolloin potentiaalinen asiakas havaitsee ne helpommin kuin muun tekstin joukosta. Vastuullisuusviestinnän merkitys ei kuitenkaan tällaisten toimenpiteiden takia vähene, vaan päinvastoin kasvaa, kun kuluttajat ovat yhä valveutuneempia.

Raportin tutkimus painottui onnistuneesti majoituspalveluyrityksiin, koska näistä löytyi tutkimuksessa selkeämpiä kehityskohtia verrattuna ohjelmapalveluyrityksiin ja muihin toimijoihin. Monien majoituspalveluyritysten henkilöstön ja johdon tulisi tarkastella yritysten sertifikaattien vaatimuksia vastuullisuusviestintään liittyen. Useimpien sertifikaattien kohdalla yritysten tulee sisällyttää asiakkaiden osallistaminen vastuullisiin toimenpiteisiin toiminnassaan. Tämä on kuitenkin suhteellisen yksinkertaista, jos asiakaspalvelijalla on käsitystä yrityksen vastuullisista toimenpiteistä. Näin ollen varsinkin hotelliketjujen tulisi selkeänä toimenpiteenä sisällyttää vastuullisuusviestintä osaksi uusien työntekijöiden perehdytysmateriaalia ja kouluttaa henkilökuntaa käytössä olevien sertifikaattien vaatimusten mukaisesti, mielellään ainakin vuosittain, koska sertifikaattien vaatimukset muuttuvat tiukemmiksi tietyin väliajoin. Nämä toimenpiteet tuovat pieniä lisäkustannuksia toimintaan, mutta vastuullisuusviestinnän ja asiakaskokemuksen laatu paranee. Vaikka vastuullisuuden perusteella palvelunsa valitsevat asiakkaat eivät nousseet arvioinneissa esiin, niin voisi kuvitella, että vastuullisuusviestinnän parantaminen ja asiakkaiden kulutuskäyttäytymisen muokkaaminen vastuullisempaan suuntaan palvelisivat sertifioitujen toimijoiden intressejä, koska mikäli näin ei ole, voidaan keskustelu siirtää käsittelemään mahdollista toiminnan viherpesua.

Ohjelmapalvelualalla ja muiden toimijoiden kohdalla ei vastuullisuusviestinnän tarkastelussa noussut esiin mitään erikoisempia ajatuksia. Tämä johtuu pitkälti siitä, että näiden toimijoiden tarkasteltu vastuullisuusviestintä on peräisin lähes poikkeuksetta heidän aloitteestaan, jolloin aineisto ei sisällä juurikaan ulkopuolista näkemystä, saati kyseenalaistuksia. Osasyynä tähän vastuullisuusviestinnän tarkastelun vähäiseen määrään nostettavia asioita on myös se, että useat näistä sertifioiduista yrityksistä ovat saaneet sertifikaattinsa vasta aivan viime aikoina, joten näiden toimijoiden vastuullisuusviestinnän laatua ei ole päästy vielä kunnolla testaamaan käytännössä.

Vastuullisten toimijoiden määrä matkailualalla on kasvanut selvästi jopa tämän raportin tutkimuksen aikana ja muutamilla tutkimuksessa ohimennen tarkastelluilla yrityksillä ei vielä ollut mainintaa vastuullisuudesta edes internetsivuillaan. STF-ohjelman mukaiset ensimmäiset alueelliset merkitkin on tämän raportin valmistumisen aikaan jo jaettu, joten aikanaan tällaisten alueiden vastuullisuusviestinnän tutkimisen tuomaa lisäarvoa voidaan vain kuvitella.

## Jatkokehitysehdotukset

Laadukkaan vastuullisuusviestinnän rooli korostuu alati muuttuvassa informaatiotulvan maailmassa. Tämän raportin puitteissa tehty pinta-raapaisu aiheen nykytilan analysoimiseksi sisältää laajoja jatkokehittämismahdollisuuksia. Jo raportin tutkimuksesta käy ilmi, että joillain toimijoilla virallinen kanta vastuullisuuteen ei vastaa varaus- ja arviointisivustoilla annettuihin arvioihin reagointia. Tämän voi nostaa jatkotutkimuksessa tutkimushypoteesiksi ja lähestyä jälleen aihetta sekä asiakkaan että julkisuuskuvan näkökulmasta. Tällaisen tutkimuksen menetelmissä voisi tehdä jaon haastatteluihin ja mystery shoppingiin. Näiden menetelmien mahdollisuutta käsiteltiin jo tämän raportin puitteissa, mutta niistä luovuttiin syksyn 2020 koronaviruspandemian toisen aallon takia.

Haastattelu toimisi jatkokehitysprojektissa yritysten julkisuuskuvan tarkentamisessa. Oletetaan, että tämä projekti tehtäisiin opinnäytetyönä. Matkailualan opiskelija haastattelisi projektin tässä työvaiheessa serтифициoitujen vastuullisten yritysten johtohenkilöitä ja kirjaisi tulokset ylös. Tällaisen haastattelun aineisto sisältäisi yrityksen virallista vastuullisuusviestintää korkealta taholta yrityksen sisällä.

Mystery shoppingissa projektityöntekijä eläytyisi asiakkaan rooliin vastuullisessa yrityksessä. Hän kyselisi monitasoisesti vastuullisiin toimenpiteisiin liittyviä asioita ja kirjaisi tilanteiden jälkeen ylös saamansa vastaukset. Näitä käyntejä tehtäisiin niihin yrityksiin, joiden johtoa on edellisessä työvaiheessa haastateltu ja molempien työvaiheiden jälkeen tuloksista koostettaisiin yrityskohtaiset analyysit. Näistä analyysistä muodostettaisiin kokonaisvaltainen kuva vastuullisten toimenpiteiden paikkansapitävyydestä ja näistä toimenpiteistä viestimisestä asiakkaalle asti, suhteessa yrityksen viralliseen kuvaan aiheesta.

Kuten päätelmäosiossa kerrottiin, on vastuullisten toimijoiden määrä matkailualalla kasvanut kovaa vauhtia. Tämä vaikuttaa suoraan asiakkaan käyttäytymiseen, kun vastuullisten toimijoiden tarjonta kasvaa. Asiakkaat oppivat olettamaan vastuullisuuden sisältyvän yritysten toiminnan kulttuuriin ja huomaavat yritysten vastuullisten toimenpiteiden puutteet helpommin. Lähitulevaisuudessa saattaakin hyvin olla tiedossa haasteita sellaisille yrityksille, joilla vastuullisuuden eteen tehty työ on vajavaista ja vastuullisuudesta viestitään lähinnä markkinointimielessä. Tämä avaa vastuullisuuden ammattilaisille mahdollisuuksia luoda uusia palvelumuotoilun konsulttipalveluita, joissa luodaan yrityksille selkeitä vastuullisuusviestinnän palvelumalleja, joita on helppo sisällyttää käytännön työhön.